愛知東邦大学 シラバス

開講年度(Year)	2020年度	開講期(Semester)	後期
授業科目名(Course name)	【オン】マーケティング論		
担当者(Instructors)	舩木 恵一	配当年次(Dividend year)	3
単位数(Credits)	2	必修・選択(Required / selection)	選択

■授業の目的と概要(Course purpose/outline)

現代の企業経営においてマーケティングは不可欠な経営手法です。マーケティングに関する知識や思考プロセスが意思決定に欠かせません。またマーケティングは事業診断や新規事業への挑戦にも必要とされるスキルです。本講義では、マーケティングの基本概念や基礎手順の習得を第一義の目的としつつも、マーケティング関連の業務への興味と関心を高め、ビジネスの楽しさ・面白さを理解することを目指します。

■授業形態・授業の方法(Class form)

授業形態(Class form)	講義
授業の方法(Class method)	毎回主要なテーマ（問い）を設定し、問いに関する回答及び関連する知識を講義形式にて説明・学習します。学生は予習・復習することによって、テーマに関する理解をより深めることできます

■各回のテーマとその内容(Each theme and its contents)

回数(Num)	テーマ(Theme)	内容(Contents)	メディア区分(Media)
第1回	オリエンテーション	オリエンテーション　マーケティングに関するよくある誤解、講義の進め方、レポート作成提出手順、なにをなんのために学習するかの確認	□
第2回	マーケティングとは何か、ブランディングとの違いは何か	経営者視点からマーケティングの重要性やブランディングとの違いを理解する	□
第3回	マーケティングは誰の仕事か、企業の実行体制と課題	企業のマーケティング組織の役割、CMOやブランドマネージャーの役割を理解する	□
第4回	基本概念ーSTPの理解　Segmentation, Targeting & Positioning	セグメンテーション、ポジショニング、ターゲティングについて学ぶ	□
第5回	基本概念ー4Pの理解①　Product&Place	基本的な商品（開発）戦略と流通戦略について学ぶ	□
第6回	基本概念ー4Pの理解② Price&Promotion	基本的な価格戦略とプロモーション戦略について学ぶ	□
第7回	基本概念ーマーケティング・ミックス、メディアミックス	企業の全体戦略、PDCA, PPM, 様々な統合管理視点について学ぶ	□
第8回	中間まとめ	前半の振り返りとキーワードの復習を行う	□
第9回	基本手順ー環境分析①　PEST分析、SWOT分析、3C分析	主要な環境分析について学ぶ	□
第10回	基本手順ー環境分析②　市場調査、定量調査と定性調査の違い	市場調査の目的、手法、手順、分析について学ぶ	□
第11回	古典的戦略の理解　コトラー、ランチェスター、ポーター	競争戦略や市場地位別の戦略など基礎的な戦略を理解する	□
第12回	消費者行動モデルの理解	消費者行動の分類、年代別認識モデルの変化について学ぶ	□
第13回	ダイレクトマーケティングとCRMの理解	会員制やポイントプログラムなど顧客との絆の形成について学ぶ	□
第14回	デジタルマーケティングの理解	デジタル化に伴うマーケティングアプローチの変化について学ぶ	□
第15回	消費者心理の理解と後半まとめ	技術が進歩しても変わらぬ消費者心理について学ぶ～後半講義のキーワード復習を行う	□

■授業時間外学習（予習・復習）の内容(Preparation/review details)

初回と前後半のまとめ講義日以外は、必ずテーマに関する主要な問い（講義内で提示します）について2時間程度調べその内容をレポートできるように予習してください。授業後は、授業前で調べた内容と講義内容を照らし合わせ、疑問点を抽出し2時間程度復習することで、テーマやキーワードの内容の理解を深めてください。本講義は予習復習なしでは知識が身につきません。

■課題とフィードバックの方法(Assignments/feedback)

毎回課題を課します。☒　講義後に学習テーマに即した問いに関する課題を提出してください。☒　教員からの採点結果やフィードバックをもとに、講義後に自身の予習内容と講義内容の比較検討を行い学びのポイントを復習して理解を深めてください。Classroomの限定公開メールから、質問や講義への要望を行って教員とのコミュニケーションが図ってください。

■授業の到達目標と評価基準(Course goals)

区分(Division)	DP区分(DP division)	内容(DP contents)
	◆ 2018地域ビジネスDP2	マーケティング関する基礎的な知識ノウハウのみならず、企業経営を社会全体との関連で幅広く思考し、多面的な判断力、自分の考えを発信できる。

■成績評価(Evaluation method)

筆記試験(Written exam)	実技試験(Practical exam)	レポート試験(Report exam)	授業内試験 (in-class exam)	その他(Other)
			100%	

授業内試験等(具体的内容)(Specific contents)

オンデマンド講義における平常評価とは、毎回の課題提出内容の評価となります。講義資料の要約や検索結果の複写は求めていません。毎回指定された条件をよく確認し、提出してください。提出がない場合は、採点の対象となりませんので、期限を厳守して提出してください。

■テキスト(Textbooks)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	ありません。教員が毎回スライド及び配布資料を用意します。	
2		
3		
4		
5		

■参考図書(references books)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	ベーシック・マーケティング　日本マーケティング協会　2010年	978-4-495-64371-3
2	マーケティング検定3級試験　公式問題集＆解説　日本マーケティング協会 2018年	978-4802076791
3	逸見光次朗　デジタル時代の基礎知識『マーケティング』翔泳社 2017年	978-4-7981-5404-6
4	石渡佑矢　デジタル時代の基礎知識『リサーチ』翔泳社　2017年	978-4-7981-5406-0
5	宮崎哲也　はじめての『マーケティング1年生』明日香出版　2013年	978-4756916488