

マーケティング論 I

金丸 輝康

科目番号	配当学期	単位	クラス	研究室
7003	通年	2	000	17号館04-08号室

講義テーマ

マーケティングの理論と実際

講義概要

今日のように世の中にまだ商品が氾濫していなかった時代にはマーケティングは特に必要ではありませんでした。しかし、企業数、製品数が増加し、製品を作っているだけで売れた時代は遠い過去のものになっています。現代の企業にとっては、競争他社、消費者、流通業者などとの関係などに留意しながら日々マーケティングを行うことが、生き残っていく上で必要不可欠になっています。

このマーケティングをひとことで表現するならば、「売れる仕組み作り」であると言えますが、マーケティングに含まれるさまざまな概念の理解を通じて、「売れる仕組み作り」を知って欲しいと思っています。

卒業認定・学位授与の方針との関連

養成する能力

◎幅広い教養と商業に関連する、基本的かつ専門的な知識を身につけている。

○ビジネス活動の社会的貢献と責任を理解することができる。

△実践的な情報リテラシーとコミュニケーション能力を備えている。

※◎、○、△は関連性を示す。

到達目標

マーケティングを理解することによって、企業の活動・意志決定の理由や理論的背景を知ることができます。新聞やニュースから知ることのできる企業の意志決定の背後にどのような考えがあるのかを理解できるようになることが目標です。

使用テキスト

使用しません

参考文献

著者	書籍名	発行所
沼上幹	わかりやすいマーケティング戦略〔新版〕	有斐閣アルマ
太田一樹	現代のマーケティングマネジメント	晃洋書房
石井淳蔵他	ゼミナールマーケティング入門	日本経済新聞社

講義スケジュール(授業計画)

第1回

マーケティングの4P①(PRODUCTとPRICE)

第2回

マーケティングの4P②(PROMOTIONとPLACE)

第3回

マーケティングの歴史的変遷と製品ポートフォリオ

第4回

ケーススタディ(上島珈琲)

第5回

持続的競争優位と市場地位別戦略

第6回

ケーススタディ(ヒガ・インダストリーズ)

第7回

製品ライフサイクル①(生成期～成長期)

第8回

製品ライフサイクル②(安定期～衰退期)

第9回

ブランド

第10回

ケーススタディ(パナソニック)

第11回

市場環境と市場細分化

第12回

全体の総括

授業に向けた準備の指示

以下の①、②のいずれかの要領でレポートを作成して、提出してください。

レポート課題：①マーケティングについて

テーマに制限は設けませんから、マーケティングについて調べたこと、考えたことをまとめてください。文献を読んで、ひとつの戦略についてまとめても構いませんし、実際の企業行動・戦略を取り上げて書いても構いません。

②ヒット商品について

日本経済新聞社が発表した、今年の「ヒット商品番付」にある“商品”“サービス”の中から1～3種程度選択し、どのような商品(サービス)なのか、発売された理由は何か、どうしてそれがヒットしたのかなど、調べたこと、考えたことをまとめてください。

提出要領：提出期限は授業の初出席日、文字数は400～500字程度、用紙はA4、手書き・パソコンで作成いずれも可です。
パソコンで作成された場合は、メールに添付して送ってくださっても結構です。
担当者のメールアドレスは、大学のHPの教員紹介のページにあります。

学生への要望・留意点

授業はノート・資料を配付した上で、パワーポイントを用いて行います。板書・ノートに時間がとられない分、授業時間をフルに使って多くのことを学んでもらうこととなりますが、頑張ってください。

また、受講者数や授業の進行状況を考えながら、ケーススタディも数回行います。

成績評価の基準

項目	割合	詳細
定期試験	100%	
レポート		
日常点		
その他		

オフィスアワー

講義終了後に教室で受け付けます。