

授業科目	マーケティング入門						
担当教員	中村 陽人			必修・選択	必修	単位数	2単位
履修年次	1年	開講学期	3 学期	授業形態	講義	科目ナンバリング	
対象学生	グローバルメント	関連資格		備考			
授業の概要				授業目標（ねらい・到達目標）			
<p>マーケティングの考え方やフレームワークは、一般的な企業はもとより、行政機関や教育機関、医療機関といった様々な組織で活かすことができる。さらに言えば、身近なグループや個人の行動にすら適用することが可能である。本授業は入門という位置づけであるため、特に基本的なフレームワーク（環境分析、STP、MM、CRM）に焦点を当て、それらを理解し活用できるようにすることを狙いとする。なお、出来る限りイメージしやすいように事例を多く示すこと、各論となるマーケティング関連科目への橋渡しとなるような俯瞰的な視点を提供することの2点を意識した授業を行う。</p>				<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングに関わる基本的な知識（専門用語、トピック、現代の潮流など）を理解している。 ・マーケティング戦略の基本的なフレームワークを理解し、さまざまなケースに適用することができる。 ・マーケティングの概要を理解し、俯瞰的な視点から各論を位置づけることができる。 			
教授方法	<p>授業はPowerPointを利用して講義形式で行なう。配布資料に定義や細かな表などはすべて載せているので、授業中は全体の概要をおさえたうえで、何が重要なのかを考える。授業では事例を多く提示するとともに、積極的に履修者にも具体例を考えてもらう時間をとり、抽象的な概念をできるだけ具体化できるように支援する。また、毎回授業の最初に、前回授業の内容に関連した復習テストを行なう。授業の内容を振り返り知識の定着を図るとともに、出席や事前準備（前回の復習）などを確認し、努力を最終評価に反映できるようにする。</p>						
履修条件	特になし						
授 業 計 画							
実施回	授業内容						
1	オリエンテーション、マーケティングの概要						
2	戦略の類型と組織						
3	環境分析						
4	STP						
5	ブランドの構築						
6	MM（製品）						
7	サービスの基礎						
8	MM（価格）						
9	流通の仕組み						
10	MM（流通チャネル）						
11	MM（コミュニケーション）						
12	CRM						
13	マーケティング戦略の適用						
14	発展的なトピック						
共通の評価基準							
成績評価方法と基準							
評価項目	割合	評価基準			評価項目	割合	評価基準
定期試験	33	基礎知識の理解度を評価する。			レポート	17	授業で学んだフレームワークを、オリジナリティの高い事例にどれだけ適用できるかを評価する。
復習テスト	50	毎回授業の最初に行ない、前回授業の内容に関する定着度を評価する。					
授業外における学習（事前・事後学習等）				質問や相談への対応			
授業後には配布資料を用いて授業内容を復習し、次回授業の最初に行う復習テストに備える。				質問は、授業中や授業の前後に受け付ける。また、メールでの質問も随時受け付ける。			
教科書・テキスト	教科書は使わず、毎回資料を配布する。			受講生に望むこと	授業で扱われたトピックについて、日々の生活の中で事例を探すこと。		
参考書・参考資料等	授業の中で参考文献の一覧を配布する。			その他・特記事項	特になし		