

マーケティング論入門 (2単位)

d15063500

山下 史郎

2年 後期 選択:専門基礎科目 (選択) フードスペシャリスト認定試験受験資格必修

■授業の達成目標

マーケティングに関する基礎的なキーワードや概念について理解し、日常的にマーケティング発想ができるようになる。食関連の商品やサービスについて、マーケティングの視点からその狙いや効果を自分なりに解釈できるようになる。

■授業の概要

講義全体の目的は受講生ひとりひとりにマーケティングの思考ツールをインストールすること。マーケティングの基本的な概念や思考法を講義で説明する。単に知識として理解するだけでなく個人として活用可能になるように個人作業も適宜行う。
講義は、毎回テーマに沿って基礎的な概念や思考ツールを説明する。近年のマーケティング業界の変化に沿って最近の事例も含め講義をすすめる。
なお、この講義はマーケティング実務経験のある講師による実務経験を生かした授業内容を行う。

■事前・事後学習の内容

毎回、講義の最後に「気づきのシート」を作成し講義内容の理解を自分で確認し提出する。
講義ごとに配布資料を含め内容を復習し関連事項をネットなどで調べ理解を深める。
小テストでは、それまでの講義で説明したマーケティングのキーワードや概念についての理解を確認する。
小テスト前の該当範囲の復習をしっかりと行うこと。

■成績評価の方法

授業での提出物および授業態度で80%、小テスト(4回)で20%をめでに総合的に評価する。

■教科書

特定の教科書はない。独自の配布資料を基に講義を行う。

■参考書

講義内で適宜紹介する。

回	担当者	項目	内容
1	山下 史郎	マーケティングとは何か	マーケティングそのものの概念、定義の変遷、思考法の基礎を理解する
2	山下 史郎	顧客価値と顧客満足	マーケティングの目的について理解する。顧客にとっての価値の形成、顧客満足的重要性を理解する。
3	山下 史郎	マーケティング戦略の基本	マーケティングの基本方針の決め方(戦略)に関しての考え方を理解する。
4	山下 史郎	マーケティング環境の分析	マーケティング活動の外部環境をどう理解しどう対応するかの方法を理解する。
5	山下 史郎	ブランドの基礎	企業にとって重要なブランドについて基礎的な事項を理解する。 ・小テスト(1)
6	山下 史郎	消費者行動分析:消費者情報処理	マーケティングの中心である顧客の情報処理の方法を理解する。
7	山下 史郎	消費者行動分析:購買行動	購買意思決定に影響する要因やプロセス、カテゴリーの関与程度による意思決定の違いを理解する
8	山下 史郎	マーケティング・リサーチ	マーケティング意思決定に重要なマーケティング・リサーチの基礎概念と、多様なリサーチ手法を理解する。 ・小テスト(2)
9	山下 史郎	マーケティング・コミュニケーション	製品に意味づけをするマーケティング・コミュニケーションの重要性と効果を理解する。
10	山下 史郎	ブランド戦略	商品選択理由をつくるブランドについて重要性と多様なアプローチ方法を理解する。
11	山下 史郎	製品戦略	製品ライフサイクルごとのマーケティング戦略の違いと新製品導入の意思決定ステップを理解する。 ・小テスト(3)
12	山下 史郎	価格戦略	利益計画だけでなくマーケティング戦略上重要な価格設定についてその活用方法を理解する。
13	山下 史郎	流通戦略 サービス・マーケティング	流通の選択方法によるマーケティング効果の違いを理解する。 製品とは異なるサービスならではのマーケティング活動の特徴を理解する。
14	山下 史郎	リレーションシップ・マーケティング	顧客と長期的な良好な関係を作る目的で実施される顧客関係管理の手法について理解する。
15	山下 史郎	拡張するマーケティング	社会や多様な団体の利益のために活用しているマーケティングの実態を理解する。 ビッグデータ活用のマーケティング高度化についても理解する。 ・小テスト(4)