

科目 ナンバー	02MS101	対象学科・ コース	経済学部	専門・総合・教職	専門科目
				配当学年	1年以上
主 学 科	経済学部	要 件	選択科目	授業区分	
授 業 科 目 名	マーケティング論 I			担当形態	単独
				担当教員	高橋 真実
開 講 期	前期	単位数	2単位	オフィスアワー(常勤教員のみ)	

添付ファイル

## ② 授業方法

講義  演習  実技  その他

## ③ 授業形態

対面  ハイフレックス  オンライン  オンデマンド

## ④ 授業のテーマ及び到達目標

マーケティング・マネジメントについて学びます。STP（セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング）やマーケティングの4P（製品、価格、プロモーション、流通）などの伝統的なマーケティング概念、および先進的なマーケティング戦略を習得します。

1. マーケティングの知識とスキルの習得、重要性と役割を説明
2. 顧客価値と顧客関係のための革新的なフレームワークの理解

## ⑤ 授業の概要

講義、および、ディスカッションにて授業を進める。積極的にアウトプットすることで知識を確実に身に付けることができるようにする。

消費トレンドや新製品情報など市場動向を意識し、授業に臨んでもらいたい。

なお、内容に応じてゲスト講義を組み込む場合がある。

## ⑥ 対応するディプロマ・ポリシー（専門科目のみ）

- 知識及び技能の習得
- 思考力・判断力・表現力等の養成
- 主体性・多様性・協調性の養成
- 地域貢献に関する意識の醸成

[https://www.shunan-u.ac.jp/faculty/diploma\\_curriculum\\_policy/](https://www.shunan-u.ac.jp/faculty/diploma_curriculum_policy/)

## ⑦ 教科書

1冊目

書籍名	コトラー、アームストロング、恩蔵のマーケティング原理	発行年	2014 年
著者名	フィリップ コトラー, ゲイリー アームストロング, 恩蔵 直人	出版社	丸善出版株式会社
金額(税込)	5,280 円	I S B N	978-4-621-06622-5
学内販売	あり		

## ⑧ 参考図書

書籍無し

## ⑨ 履修上の注意

【先修条件科目 必須】

【先修条件科目 推奨】

【持参物】

【その他】

## ⑩ 評価基準

マーケティングの知識、戦略、および、論理的思考能力の習得に関して「学生に対する評価」の内容で評価する。

## ⑪ 学生に対する評価

試験	小テスト	レポート	発表・実技	ポートフォリオ	その他	合計
40%		30%	30%			100%

## ⑫ 担当教員からのメッセージ（予習・復習内容・時間にも言及）

はじめてマーケティングを学ぶ人でもスムーズに理解できるよう事例などを示しながら授業をすすめます。基礎となる「考え方」や「視点」を理解するとともに、環境の変化に対応するマーケティングについて一緒に考えていきましょう。

予習：次回実施内容を確認の上、教科書該当箇所の通読

復習、レポート：授業を振り返り、教科書等の該当箇所を参考にしながらレポート作成し、知識・論理的思考を定着させる

**⑬ 授業計画と学習課題**

回数	授業の内容	授業方法	担当教員
1	ガイダンス、イントロダクション／授業計画・授業内容・成績評価・到達目標説明、マーケティングとは	講義	高橋 真実
2	マーケティングの本質／マーケティングの5つのステップ	講義	高橋 真実
3	企業とマーケティング戦略1／顧客主導型マーケティング戦略の設計	講義	高橋 真実
4	企業とマーケティング戦略2／マーケティング・プログラムの設計	講義	高橋 真実
5	競争優位の創造1／競合他社の明確化と競合他社の分析、競合他社に対する自社のポジションの規定	講義	高橋 真実
6	競争優位の創造2／特定の市場における競争優位を得るための競争的マーケティング戦略	講義	高橋 真実
7	マーケティングの基本枠組み1／STPのS(市場細分化)とT(ターゲティング)	講義	高橋 真実
8	マーケティングの基本枠組み2／STPのP(ポジショニング)と差別化	講義	高橋 真実
9	マーケティング情報とカスタマー・インサイト1／マーケティング情報の抽出、カスタマー・インサイト	講義	高橋 真実
10	マーケティング情報とカスタマー・インサイト2／マーケティング情報の分析と利用、マーケティング・リサーチ	講義	高橋 真実
11	消費者の購買行動1／消費者行動に影響を与える特性、購買行動のタイプ	講義	高橋 真実
12	消費者の購買行動2／購買者の意思決定プロセス	講義	高橋 真実
13	製品、サービス、ブランド1／製品とは何か、サービス・マーケティング	講義	高橋 真実
14	製品、サービス、ブランド2／ブランド・エクイティ、ブランディング	講義	高橋 真実
15	グループワーク／事例を調査しまとめる	講義 演習	高橋 真実

**⑭ 科目等履修制度**

- 科目等履修生(学生以外の一般履修者 若干名)を受け入れてもよい。
- 科目等履修生を受け入れることはできない。

**⑮ 実務家教員担当科目に関する記載**

--

科目 ナンバー	02MS203	対象学科・ コース	経済学部	専門・総合・教職	専門科目
				配当学年	2年以上
主 学 科	経済学部	要 件	選択科目	授業区分	
授 業 科 目 名	マーケティング論Ⅱ			担当形態	単独
				担当教員	高橋 真実
開 講 期	後期	単位数	2単位	オフィスアワー(常勤教員のみ)	

添付ファイル
--------

## ② 授業方法

講義  演習  実技  その他

## ③ 授業形態

対面  ハイフレックス  オンライン  オンデマンド

## ④ 授業のテーマ及び到達目標

マーケティング・マネジメントについて学びます。STP（セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング）やマーケティングの4P（製品、価格、プロモーション、流通）などの伝統的なマーケティング概念、および先進的なマーケティング戦略を習得します。

1. マーケティングの理論を理解し、演習で試してみる
2. 消費トレンドや新製品情報など市場動向を読み解く力を養い、課題を探ることができるようになる

## ⑤ 授業の概要

講義、および、ディスカッションにて授業を進める。積極的にアウトプットすることで知識を確実に身に付けることができるようにする。

消費トレンドや新製品情報など市場動向を意識し、授業に臨んでもらいたい。  
なお、内容に応じてゲスト講義を組み込む場合がある。

## ⑥ 対応するディプロマ・ポリシー（専門科目のみ）

- 知識及び技能の習得
- 思考力・判断力・表現力等の養成
- 主体性・多様性・協調性の養成
- 地域貢献に関する意識の醸成

[https://www.shunan-u.ac.jp/faculty/diploma\\_curriculum\\_policy/](https://www.shunan-u.ac.jp/faculty/diploma_curriculum_policy/)

## ⑦ 教科書

1冊目			
書籍名	コトラー、アームストロング、恩蔵のマーケティング原理	発行年	2014 年
著者名	フィリップ コトラー, ゲイリー アームストロング, 恩蔵 直人	出版社	丸善出版株式会社
金額(税込)	5,280 円	I S B N	978-4-621-06622-5
学内販売	あり		

## ⑧ 参考図書

書籍無し

⑨ 履修上の注意	【先修条件科目 必須】	
	【先修条件科目 推奨】	
	【持参物】	
	【その他】	

## ⑩ 評価基準

マーケティングの知識、戦略、および、論理的思考能力の習得、実践状況に関して「学生に対する評価」の内容で評価する。

## ⑪ 学生に対する評価

試験	小テスト	レポート	発表・実技	ポートフォリオ	その他	合計
40%		30%	30%			100%

## ⑫ 担当教員からのメッセージ（予習・復習内容・時間にも言及）

マーケティング論Ⅰを復習しながら顧客価値と顧客リレーションシップの革新的な枠組みを理解します。企業の抱える課題に対し戦略立案・提案に挑戦してもらいます。

予習：次回実施内容を確認の上、教科書該当箇所の通読

復習、レポート：授業を振り返り、教科書等の該当箇所を参考にしながらのレポート作成、知識・論理的思考の定着

**⑬ 授業計画と学習課題**

回数	授業の内容	授業方法	担当教員
1	新製品開発と製品ライフサイクル戦略1／新製品開発のプロセスと新製品のマネジメント	講義	高橋 真実
2	新製品開発と製品ライフサイクル戦略2／製品ライフサイクル、製品のグローバル展開	講義	高橋 真実
3	新製品開発と製品ライフサイクル戦略2／製品ライフサイクル、製品のグローバル展開	講義	高橋 真実
4	マーケティング・チャネルによる顧客価値の提供2／マーケティング・チャネルの管理	講義	高橋 真実
5	価格設定1／価格設定の重要性、新製品の価格設定戦略	講義	高橋 真実
6	価格設定1／価格設定の重要性、新製品の価格設定戦略	講義	高橋 真実
7	コミュニケーションによる顧客価値の説得1／コミュニケーション・ミックス、統合型マーケティング・コミュニケーション	講義	高橋 真実
8	コミュニケーションによる顧客価値の説得2／マーケティング・コミュニケーションの開発プロセス、予算とコミュニケーション・ミックス	講義	高橋 真実
9	広告とパブリック・リレーションズ1／マーケティングにおける広告、広告戦略の展開、広告媒体の選定	講義	高橋 真実
10	広告とパブリック・リレーションズ2／広告に対する評価と広告会社の利用、パブリック・リレーションズ	講義	高橋 真実
11	広告とパブリック・リレーションズ2／広告に対する評価と広告会社の利用、パブリック・リレーションズ	講義	高橋 真実
12	ダイレクト・マーケティングとオンライン・マーケティング1／ダイレクト・マーケティング	講義	高橋 真実
13	ダイレクト・マーケティングとオンライン・マーケティング1／ダイレクト・マーケティング	講義	高橋 真実
14	グループワーク1／ケース調査、分析、戦略立案、発表	講義 演習	高橋 真実
15	グループワーク2／ケース調査、分析、戦略立案、発表	講義 演習	高橋 真実

**⑭ 科目等履修制度**

- 科目等履修生(学生以外の一般履修者 若干名)を受け入れてもよい。
- 科目等履修生を受け入れることはできない。

**⑮ 実務家教員担当科目に関する記載**