

| | | | | |
|-----------------|---|--------------|--|--------------|
| 授業科目名 (講義題目) | マーケティング戦略 | | 開講学期 単位数 | 前期 2単位 |
| 担当教員 | 岩下 仁 | | 講義コード | 科目区分 対象学生 |
| | | | 17176009 | |
| 開講予定日 | ① 4/13 ② 4/20 ③ 4/27 ④ 5/1 (月) ⑤ 5/11 ⑥ 5/18 ⑦ 5/25 ⑧ 6/1 ⑨ 6/8 ⑩ 6/15 ⑪ 6/22 ⑫ 6/29 ⑬ 7/6 ⑭ 7/13 ⑮ 7/27 | | | |
| 履修条件 | 特になし | キーワード | マーケティング、消費者行動、製品戦略、サービス・マーケティング、ブランド論 | |
| 全体の教育 目 標 | マーケティングの基本知識に始まり、消費者行動、製品戦略、マーケティング戦略に至るまで、マーケティング全般について、習得を目指す。 | 個別の学習 目 標 | マーケティングに関する基本から応用までを一通り学び、ビジネスに有用なマーケティング力を養う。 | |

| | |
|-------------------|---|
| 授業の概要 | <p>本講義では、実務で役立つマーケティング戦略について習得を目指す。最新の事例を踏まえながら、マーケティング、消費者行動論、ブランド戦略を体系的に学習する。講義の概要は、以下のとおりとなる。</p> <p>①マーケティングの基本的な知識と全体像 ②消費者心理と消費者行動 ③製品開発の戦略論理 ④マーケティング戦略 ⑤市場戦略 ⑥サービス・マーケティング ⑦ブランド・マネジメント</p> |
| 授業の進め方 | <p>上記のプロセスで、マーケティング戦略の体系的な習得を目指す。ケーススタディを取り上げながら、マーケティングの基本と実践について学ぶ。なお、進捗に応じて内容を一部、変更することがある。</p> |
| 教科書および 参 考 図 書 | <p>コトラー & ケラー 『A framework for Marketing Management』 (ピアソンエディケーション 2007)</p> <p>田中洋 『消費者行動論体系』 (中央経済社 2008年)</p> <p>恩蔵直人 『コモディティ化市場のマーケティング論理』 (有斐閣 2007)</p> <p>ケビン・レーンケラー 『戦略的ブランド・マネジメント』 (東急エージェンシー 2010)</p> |
| 試験・成績評 価の方法等 | <p>出席 (15%)、発言・レポート (25%)、および筆記試験 (60%)</p> |