

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
			18176006	
開講予定日	① 4/10 ② 4/17 ③ 4/24 ④ 5/8 ⑤ 5/15 ⑥ 5/22 ⑦ 5/29 ⑧ 6/5 ⑨ 6/12 ⑩ 6/19 ⑪ 6/26 ⑫ 7/3 ⑬ 7/10 ⑭ 7/17 ⑮ 7/24			
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

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。

- 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

授業の進め方

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。

教科書および 参考図書

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)
 田中洋 『消費者行動論体系』 (中央経済社 2008 年)
 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)
 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)

試験・成績評 価の方法等

出席、発言、レポート (40%)、および筆記試験 (60%)
 積極的あるいは有意義な発言をした者には、加点する場合がある。