最終更新日：　2024年3月13日

授業科目名（講義題目）	マーケティング戦略		**開講学期**	前期
			曜日時限	木曜 II限
			単位数	2
担当教員名	広垣　光紀	**講義コード**	**科目区分**	**対象学生**
		24176010	必修	1年生／2年生
開講予定日	①4/11　②4/18　③4/25　④5/2　⑤5/9　⑥5/16　⑦5/23　⑧5/30　⑨6/13 ⑩6/20　⑪6/27　⑫7/4　⑬7/11　⑭7/18　⑮7/25			
履修条件	特になし	**キーワード**	3Cs、STP 分析、4Ps、消費者心理、ブランド戦略	
全体の教育目標	マーケティングの考え方と分析の基本を理解し、ビジネスの問題解決に必要な知識と実践能力を習得する。	**個別の学習目業**	顧客を基点としたマーケティングの発想を、ビジネスでの判断・意思決定に応用する能力を身につける。	

授業の概要	マーケティング戦略を遂行する上での基本的フレームワークとプロセスについて取り上げる。自社を取り巻く環境を把握し、市場機会を発見し、自社の目標とするターゲットを選定するといった、マーケティング活動の一連のプロセスと、各段階での重要な概念・考え方についての知識の獲得を目指す。さらに、マーケティングデータの収集・分析や消費者行動など、関連トピックスについても学ぶことにより、マーケットを理解し、自社の競争優位を築くための手がかりを得る。		
授業の最新情報案内方法	九州大学Moodle		
授業形態	・講義・演習 ・グループワーク ・プレゼンテーション ・ディスカッション	**使用する教材等**	・板書 ・テキスト（紙媒体） ・スライド資料（電子媒体） ・映像・音声資料
授業の進め方	スライドや配布資料を用いた授業に加え、学生によるグループワークやディスカッション、プレゼンテーションを実施する。なお、進捗状況に応じて内容を一部変更することがある。		
教科書及び参考図書	教科書: フィリップ・コトラー他『コトラーのマーケティング入門 原書14版』(2022)丸善出版 (ISBN:978-4-621-30677-2) 832ページ、定価：8,580円 参考図書1: フィリップ・コトラー、ケビン・レーン・ケラー（2014）『コトラー& ケラーのマーケティング・マネジメント 第12版』丸善出版 参考図書2: マイケル・ソロモン（2015）『ソロモン 消費者行動論』丸善出版		
試験・成績評価の方法等	プレゼンテーションおよびディスカッションへの貢献：50% 最終課題：50%		