

最終更新日： 2024年4月10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 ⑨6/6 ⑩6/13 ⑪6/20 ⑫6/27 ⑬7/4 ⑭7/11 ⑮7/18 ⑯7/25 ⑰8/1				
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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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%				

授業計画

第1回目
講義テーマ
イントロダクション：マーケティングの基本知識と理解(1)
講義のねらい
マーケティングの基礎となる考え方や発想について学ぶ。顧客のニーズを基点とし、具体化していないニーズをどのように具体的な商品・サービスに落とし込んでいくかについて考える。
ディスカッション・ポイント
①マーケティングにおいて、顧客満足を基点に考える必要があるのはなぜか。 ②顧客ニーズをどのように具体化していけばよいか。
参考文献等
必要があれば講義時に指定する。

第2回目
講義テーマ
イントロダクション：マーケティングの基本知識と理解(2)
講義のねらい
マーケティングの基礎となる考え方や発想について学ぶ。顧客のニーズを基点とし、具体化していないニーズをどのように具体的な商品・サービスに落とし込んでいくかについて考える。
ディスカッション・ポイント
①マーケティングにおいて、顧客満足を基点に考える必要があるのはなぜか。 ②顧客ニーズをどのように具体化していけばよいか。
参考文献等
必要があれば講義時に指定する。

第3回目

講義テーマ

マーケティング環境の分析

講義のねらい

自社を取り巻くマーケティング環境を正確に把握することは、市場機会の発見とそれ以降のマーケティング戦略の構築にとって非常に重要である。ここでは、マーケティング戦略の策定において重要な

ディスカッション・ポイント

自社にとっての市場機会は何か。また、何を脅威と捉えるか。

参考文献等

必要があれば講義時に指定する。

第4回目

講義テーマ

マーケティング環境の分析(実習1)

講義のねらい

SWOTおよびTOWS分析を用い、市場環境分析をグループワークにより実習する。

ディスカッション・ポイント

分析結果から、現在のポジションを改善するためには、自社はどのようなアクションを起こすことができるか。

参考文献等

必要があれば講義時に指定する。

第5回目

講義テーマ

マーケティング環境の分析(実習2)

講義のねらい

SWOTおよびTOWS分析を用い、市場環境分析をグループワークにより実習する。

ディスカッション・ポイント

分析結果から、現在のポジションを改善するためには、自社はどのようなアクションを起こすことができるか。

参考文献等

必要があれば講義時に指定する。

第6回目

講義テーマ

セグメンテーション（市場細分化）・ポジショニング

講義のねらい

市場をある特定の基準に応じて分割しターゲットを絞り込むセグメンテーションは、環境分析と市場機会の発見の次に行うべき重要な方策である。ここでは、セグメンテーションの基本概念を学ぶことにより、顧客ニーズを満たし、競争優位を獲得しながら、自社の限られた経営資源を有効活用する方法について考える。さらに、ポジショニングの効果的な方策と、留意すべきポイントについて学ぶ。

ディスカッション・ポイント

- ①どのようなセグメンテーション変数を用いるべきか。
- ②顧客に正確にイメージを伝えるためには、ポジショニングをどう行うべきか。

参考文献等

必要があれば講義時に指定する。

第7回目

講義テーマ

4Ps: 価格戦略

講義のねらい

商品やサービスの価格は、企業の収益に直接的な影響を及ぼすだけでなく、ターゲットとする顧客に訴求し、競合他社と差別化を図るための重要な要素となる。したがって、価格の設定および変更は明確な戦略のもとに行われなければならない。ここでは、価格設定に関する基本的な理論を学んだ後、価格設定の基準や手法、新製品の価格戦略についても考える。

ディスカッション・ポイント

価格を設定する際に考慮すべき要素は何か。

参考文献等

必要があれば講義時に指定する。

第8回目

講義テーマ

4Ps: 製品戦略

講義のねらい

マーケティングにおける製品の基本概念や考え方を理解し、どのような製品をどのようなコンセプトで売るかについて学ぶ。ブランドや製品のライフサイクル等、自社商品の製品戦略を考える上での必須の項目についても検討し、効果的な製品戦略のあり方について考える。

ディスカッション・ポイント

製品特性や市場特性に応じた最適な製品戦略のあり方とはどのようなものか。

参考文献等

必要があれば講義時に指定する。

第9回目

講義テーマ

4Ps: 流通戦略

講義のねらい

自社の製品やサービスを顧客まで届ける方策について学ぶ。適切なチャネル政策やチャネル・パートナーの存在がなければ、市場における成功は見込めない。ここでは、どのようなタイプのチャネル・パートナーと提携すべきか、それぞれの役割は何か、そしてどのようにして効果的なパフォーマンスを

ディスカッション・ポイント

- ①流通チャネルを設計する際に留意すべき点は何か。
- ②チャネル・パートナーへの動機づけをどのように行えばよいか。

参考文献等

必要があれば講義時に指定する。

第10回目

講義テーマ

4Ps: コミュニケーション戦略

講義のねらい

自社の製品やサービスを、どのように顧客に認知させるかについて取り組む。広告管理に関する基本的理論に加え、顧客の動機づけや説得に関する研究成果を学ぶことにより、効率的・効果的な広告を作成し、評価できるようになることを目標とする。

ディスカッション・ポイント

- ①顧客にアプローチするためのメディアをどのように選択するか。
- ②効果的なメッセージを作成するためには、どのような点を踏まえなければならないか。

参考文献等

必要があれば講義時に指定する。

第 1 1 回目

講義テーマ

消費者行動(1)

講義のねらい

消費者の購買意思決定プロセスをはじめとする消費者行動に関する基礎理論を学ぶ。それにより、消費者に対する効果的なメッセージやコミュニケーションのとり方を考察できるようになることを目標とする。

ディスカッション・ポイント

- ①消費者の心理は購買にどのように影響するか。
- ②消費者のどのような要因が購買に変化をもたらすのか。

参考文献等

田中洋（2015）『消費者行動論』中央経済社、「2400円＋税」
杉本徹雄 他（2012）『新・消費者理解のための心理学』福村出版、「2600円＋税」

第 1 2 回目

講義テーマ

消費者行動(2)

講義のねらい

前回に引き続き、消費者行動について学ぶ。ここでは、消費者をとりまく状況要因や社会的影響といった消費者行動の規定要因、および行動経済学的アプローチに焦点を当てる。

ディスカッション・ポイント

- ①店舗内購買行動において、状況要因はどのような重要性を持つか
- ②意思決定のバイアスとナッジはマーケティング施策にどのように活用できるか

参考文献等

田中洋（2015）『消費者行動論』中央経済社、「2400円＋税」
杉本徹雄 他（2012）『新・消費者理解のための心理学』福村出版、「2600円＋税」

第13回目

講義テーマ

プレゼンテーション (1)

講義のねらい

これまでの講義で学んだ内容に基づき、グループワークによるプレゼンテーションを行う。それらをベースとしたディスカッションを通じ、効果的なマーケティング戦略の構築について学ぶ。

ディスカッション・ポイント

講義前に通知する。

参考文献等

必要があれば講義時に指定する。

第14回目

講義テーマ

プレゼンテーション (2)

講義のねらい

これまでの講義で学んだ内容に基づき、グループワークによるプレゼンテーションを行う。それらをベースとしたディスカッションを通じ、効果的なマーケティング戦略の構築について学ぶ。

ディスカッション・ポイント

講義前に通知する。

参考文献等

必要があれば講義時に指定する。

第15回目

講義テーマ

プレゼンテーション (3)

講義のねらい

これまでの講義で学んだ内容に基づき、グループワークによるプレゼンテーションを行う。それらをベースとしたディスカッションを通じ、効果的なマーケティング戦略の構築について学ぶ。

ディスカッション・ポイント

講義前に通知する。

参考文献等

必要があれば講義時に指定する。