

授業科目名	マーケティングマネジメント		
担当者名	田部 溪哉		
開講年度学期	2017年度 前期	開講キャンパス	目白キャンパス
単位数	2	開講期・授業区分	週間授業
授業の概要	さまざまな事業部の関係から成るマーケティング活動を、企業視点から学習して議論する態度を身につけます。マーケティング運用の現場は複雑化しているものの、時流に追従してばかりでは理論的枠組みに基づく推論能力が養われず、マーケティングの本質が見えにくくなります。講義では、マーケティングの基本概念や用語、理論を体系的に紹介します。これらの知識を背景として、企業の狙いを読み解く力と、さまざまなマーケティング課題に対応する力を養います。		
授業の到達目標及びテーマ	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングに関する理論や専門用語の意味を正しく理解し、それらを用いた議論ができる。 ・事業活動の全体を視野に入れて、マーケティング課題の解決方法を考えることができる。 ・マーケティングを活かした企業の実例から、背後の戦略的な意図を分析し、評価できる。 		
	1	オリエンテーション 「マーケティング」とは何かを改めて考え、意味と意義を深く理解します	
	2	マーケティングミックスと事業領域 企業戦略／事業戦略／マーケティング活動の関係性を学びます	
	3	競争地位と競争対応 製品ライフサイクルや、他社との競争を意識して戦略を決定する意義を学びます	
	4	標的市場の選択 セグメンテーション／ターゲティング／ポジショニングといった概念を学びます	
	5	製品 製品概念と新製品開発のプロセスを学びます	
	6	コミュニケーション 広告を中心に、企業と消費者のコミュニケーションについて学びます	
	7	価格 価格設定を議論する際に役立つ、多角的な視点を学びます	
	8	流通チャネル パワー・コンフリクト論の考えを中心に、流通チャネル管理の方策を学びます	
	9	消費者行動 マーケティング活動に対する消費者の反応が、どのような理論で説明されるか学びます	
	10	事例研究 グループに分かれ、ここまでで学んだ知識を使って議論し、課題に答えてもらいます	
	11	サービスマーケティング サービスを販売する場合に留意しなければならない点を学びます	
	12	リレーションシップ・マーケティング 内容：中長期的な視点から、顧客関係性に焦点を合わせたマーケティングの重要性を学びます	
	13	ブランドマネジメント マーケティング活動の諸要素を、「ブランド」を中心に体系化する方法を学びます	
	14	ソーシャルマーケティング 企業の社会的な役割とマーケティングの関係性を考えます	
成績評価の方法	講義への積極的な参加／テスト		
使用テキスト	レジュメを配付します。		
参考書(参考資料等)	和田充夫、恩蔵直人、三浦俊彦『マーケティング戦略[第4版]』(2012・3、有斐閣)		
その他 (受講生への要望など)	学習効果を高めるためには、実際に目にする製品やサービスとその販売方法、新聞やテレビで報じられる企業のニュースなどを、学んだ理論に基づいて説明できるように意識することが重要です。またマーケティング理論は、企業の活動のみならず、日常の幅広い行動とも関係しています。普段の些細な行動も、マーケティングの観点からどのように説明できるか考えながら、講義に臨んでください。		