

授業科目名	マーケティング戦略論		
担当者名	峯尾圭		
開講年度学期	2017年度 後期	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	本講義では、マーケティング・ミックスの4P に沿って、それぞれの戦略について基礎を学び、企業がどのように実践しているかについて応用を学びます。企業のマーケティング戦略の策定について、理論だけではなく、具体的な事例を取り上げて講義を進めます。		
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ようになる。 ・実務で展開されているマーケティング戦略の巧拙を見る目を養う。 		
授業計画	1. オリエンテーション 授業で扱う内容について、基本的な流れを説明します		
	2. 環境分析(1) マーケティング戦略の形成に必要な環境要因の分析について学びます		
	3. 環境分析(2) 競争環境／市場環境／流通環境について学びます		
	4. マーケティング戦略の策定に関わる諸要素 マーケティング・ミックスを考える上で必要な理論について学びます		
	5. 製品戦略(1)基礎編 製品戦略に関わる概念や理論について学びます		
	6. 製品戦略(2)応用編 基礎編で学んだ内容を踏まえ、企業の製品戦略の実践について考えます		
	7. 価格戦略(1)基礎編 価格戦略に関わる概念や理論について学びます		
	8. 価格戦略(2)応用編 基礎編で学んだ内容を踏まえ、企業の価格戦略の実践について考えます		
	9. 流通戦略(1)基礎編 流通戦略に関わる概念や理論について学びます		
	10. 流通戦略(2)応用編 基礎編で学んだ内容を踏まえ、企業の流通戦略の実践について考えます		
	11. マーケティング・コミュニケーション戦略(1)広告 「広告」に関わる概念や理論を学び、企業の実践について考えます		
	12. マーケティング・コミュニケーション戦略(2)セールス・プロモーション 「セールス・プロモーション」に関わる概念や理論を学び、企業の実践について考えます		
	13. マーケティング・コミュニケーション戦略(3)パブリシティ 「パブリシティ」に関わる概念や理論を学び、企業の実践について考えます		
	14. マーケティング・コミュニケーション戦略(4)人的販売とその他 「人的販売」を始めとして、マーケティング・コミュニケーションに関わるその他の要素について、概念や理論を学び、企業の実践について考えます		
成績評価の方法	授業への参加度／試験		
使用テキスト	教科書は使用しません。授業ごとにレジュメを配布します。		
参考書(参考資料等)	池尾恭一『入門・マーケティング戦略』有斐閣		
その他 (受講生への要望など)	講義期間中は、学習した理論が当てはまりそうな事例について、普段から考えるようにしてください。		