専門教育科目

講義科目

授業科目名	マーケティング論	科目コード	配当年次	単位
担当教員	野木村 忠度	EA47	3・4	2

科目の概要

マーケティングは、「モノを売る仕組み」といわれるが、相互作用しながら、価値を創造する活動でもある。その活動は、企業と顧客、病院と患者、学校と生徒など、歩み寄りで築くどの関係性でもいえることである。
本科目では、マーケティングの基本的な内容とその体系を把握できるようになることを狙いとする。

科目の到達目標

- ①マーケティングの基本的な知識と基本的な用語の意味を理解し、説明することができる。
- ②重要なポイントについての理解が十分にでき、説明することができる。
- ③応用が利くまで十分な理解がなされ、活用できる。

テキスト 『Marketing Essence』 寺嶋 正尚(監), 産業能率大学, 2016年

テキストの読み方

- ①テキストは、マーケティング理論と実践について書かれたものである。
- ②テキストを通じて、市場問題を解決するためには、マーケティングの基本的な考え方が、いかに重要であるかを認識する。
- ③マーケティング理論は、どのように現実に役立つのかを考えながら読むことが求められる。

単位修得の方法

- ①レポート課題を提出し、60点以上であれば合格となり、科目修得試験を受験できる。科目修得試験の得点が60点以上であれば合格となり、評価が確定し、2単位を修得できる。
または、
- ②スクーリングを受講し、合格すれば2単位を修得できる。この場合、レポート課題の提出と科目修得試験の受験は不要。