

専門教育科目

講義科目

基本/OCR

応用/記述

授業科目名	マーケティング戦略論	科目コード	EB75	配当年次	3・4	単位	4
担当教員	斉藤 保昭						
科目の概要							
<p>マーケティングは、「モノを売る仕組み」といわれるが、マーケティングは、戦略として認識し、把握する必要がある。マーケティング戦略を策定するために大切なことは、マーケティングの基本的な考え方をきちんと理解し、自分の頭で考えて考えて考え抜くことである。</p> <p>本科目では、マーケティングの森全体を考察しながら木にあたるマーケティングの活動分野を考察することでマーケティング戦略策定のための知識の習得を目指す。</p>							
科目の到達目標							
<p>①マーケティング戦略の基本的概念と基本的な考え方を理解し、説明できる。</p> <p>②マーケティング戦略の現状について理解した上で、具体的な課題を提起できる。</p>							
テキスト	『Marketing Strategy』井原 正光 他, 産業能率大学, 2017年						
テキストの読み方							
<p>①テキストは、マーケティング戦略策定のために必要な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。</p> <p>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を理解し、マーケティング戦略を策定することが、いかに重要であるかを認識する。</p> <p>③テキストに書かれてあることは、もちろんのこと、マーケティング戦略とは何かを考えながら読むことが求められる。</p>							
単位修得の方法							
<p>レポート課題（基本・応用）を提出し、それぞれ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、4単位を修得できる。</p>							