

マーケティング入門	履修年次	2	
	単位	2	
三浦 智恵子	配当期	前	
	授業方法	講義 / LIVE型	
授業の内容			
<p>[授業の概要]</p> <p>まず、マーケティングの定義やプロセス、マクロ・ミクロ環境の分析、STP といったマーケティング理論の基本について、テキストや配布資料を中心におさえていく。マーケティングの実践に必要な、マーケティング・ミックス(4P)についてはより詳しくその考え方を学ぶ。さらに、それらを統合するマーケティングの管理(マーケティング・マネジメント)を概観した上で、マーケティングをとりまく新しい流れや変化について考察する。</p> <p>授業は、理論の講義、事例の紹介と考察、個人ワーク、グループワークなどにより構成する。マーケター(マーケティング人材)に必要な資質には、「好奇心」や「情報発信力」がある。授業に積極的に参画し、グループワークでの意見交換は積極的に行ってほしい。</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングとは何か、概要と基本的なプロセスについて理解し、説明することができる。 ・マーケティング・ミックス(4P)のポイントについて理解し、説明することができる。 ・現代企業の経営戦略におけるマーケティングの位置づけ・役割について理解し、説明することができる。 			
成績評価の方法			
授業出席、授業の参画状況、授業外学習の成果、小テスト、課題提出により総合的に評価する。			
週	授業項目	週	授業項目
1	ガイダンスマーケティングとは？	8	マーケティング・ミックス①: Product
2	マーケティングの概念・プロセス	9	マーケティング・ミックス②: Price
3	マーケティングの定義とその変遷	10	マーケティング・ミックス③: Place
4	マーケティング環境の分析	11	マーケティング・ミックス④: Promotion
5	S: セグメンテーション T: ターゲティング P: ポジショニング	12	マーケティング・マネジメント
6	マーケティング・リサーチ	13	マーケティングの応用・新しい流れ
7	中間テスト	14	まとめ