

マーケティングの実践	履修年次	3・4	
	単位	2	
山本 元	配当期	前・後	
	授業方法	演習 / 対面	
授業の内容			
<p>[授業の概要]</p> <p>上記の目的を達成すべく、前半の授業においては、マーケティングの2つの領域となる「マーケティングの概念(考え方)」と「マーケティングの手法(技法・モデル)」の基本的な知識を整理しながら、さまざまな小演習を通して実践への活用方法を疑似体験する。</p> <p>さらに、後半の授業では、前半の授業で学習した内容を踏まえて、各自で自分自身のテーマを設定し、マーケティングの概念や手法を活用した「マーケティング企画実習」を実施する。同実習は、小グループで協力しながら企画案作成、企画資料の作成、プレゼンテーションの実施というプロセスで展開するものとする。</p> <p>したがって、本科目を履修する学生諸氏には、「ただ単なる知識の入力を意識した受動的姿勢」ではなく、「入力した知識の活用を意識した主体的かつ能動的姿勢」が必要不可欠である。</p> <p>※「授業外学習」の指示・提出については、「manaba」で行う。</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングの概念(考え方)や手法(技法、モデル)に関わる基本知識について、日常生活における情報収集や購買行動、就職活動、今後の社会人生活などへの活用方法を発見することができる。</li> <li>・マーケティングの基本的な知識に基づいて、自ら設定した課題に関わる企画立案ができる。</li> <li>・他者が理解、納得、共感する企画立案について、基本原則に基づいて実践できる。</li> </ul>			
成績評価の方法			
全授業の出席を大前提とし、授業中の積極性、授業外学習、小テスト、提出課題によって総合的に評価する。			
週	授業項目	週	授業項目
1	オリエンテーション	8	マーケティング企画実習① 「企画テーマの設定」
2	マーケティング知識の活用① 「マーケティングの概念と戦略プロセス」	9	マーケティング企画実習② 「企画案の作成」
3	マーケティング知識の活用② 「環境分析」	10	マーケティング企画実習③ 「企画資料の作成」
4	マーケティング知識の活用③ 「環境分析」	11	マーケティング企画実習④ 「企画資料の作成」
5	マーケティング知識の活用④ 「STP」	12	マーケティング企画実習⑤ 「企画資料の修正」「プレゼンの準備」
6	マーケティング知識の活用⑤ 「マーケティングミックス」	13	マーケティング企画のプレゼンテーション①
7	マーケティング知識の活用⑥ 「マーケティング企画」	14	マーケティング企画のプレゼンテーション②