

産業能率大学 経営学部

マーケティング演習	履修年次	2	
	単位	2	
松尾 尚、高橋 聡、中島 智人	配当期	前	
	授業方法	演習/対面	
<b>授業の内容</b>			
<p>[授業の概要]</p> <p>授業は、4パートに分かれる。マーケティング知識の確認(2-3週)を行い、グループによる小ケーススタディ(4-7週)、売上データ分析(8-9週)、マーケティングゲーム演習(10-13週)の順で演習を行う。</p> <p>売上・利益データの定量分析により、ビジネスの課題を発見し対策を打つことは、将来マーケティング部門を志す学生にとって、身につけるべき必須のスキルであり、本科目での演習を通じて、これを習得する。また、基礎的な計数感覚を身につけることによって、自身の戦略プランは説得力あるものとなる。本科目で計数感覚が向上したかどうかを、スマートフォンを企画提案するマーケティングゲーム(10-13週)の中で確認する。</p> <p>授業は、小人数でのグループワークによる演習形式が中心となる。グループ活動においては、すべてのグループメンバーが何らかの役割を担い、1つの目標に向かって協力することが重要である。1回の欠席がグループ全体のパフォーマンスに影響を与えることを認識して、授業に臨むこと。</p>			
<b>この科目の到達目標</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・グループ活動に積極参加し、自分の役割を果たした上で、グループとしての1つの結論を導ける。</li> <li>・MS EXCEL を使っての販売データ分析手法を習得できる。</li> <li>・販売データを使っての定量分析をもとに、マーケティング戦略を立案するプロセスが理解できる。</li> </ul>			
<b>成績評価の方法</b>			
<p>授業出席、授業外学習、小テスト、課題レポートにより、マーケットターとしての基礎的な知識・理解力を問う。授業出席は、出席だけでなく、発言内容(思考・判断力)、および、プレゼンテーションの技能・表現力を評価する。</p>			
週	授業項目	週	授業項目
1	マーケティング戦略の中の本科目の位置づけを解説する	8	PC を使っての販売データの分析(1)を行う。(成長性、収益性)
2	マーケティング知識確認テスト(1):グループで問題を解く	9	PC を使っての販売データの分析(2)(季節係数、移動平均法等)
3	マーケティング知識確認テスト(2):教員からのレクチャー	10	マーケティングゲーム演習(1)役割分担と第1期計画策定
4	ケーススタディ(1)喫茶店ケース:問題点の整理と解決策の立案	11	マーケティングゲーム演習(2)第1期決算発表と振り返り
5	ケーススタディ(2)喫茶店ケース:グループにて発表資料の作成	12	マーケティングゲーム演習(3)第1期を踏まえて第2期計画策定
6	ケーススタディ(3)グループ発表を行う(前半グループ)	13	マーケティングゲーム演習(4)第2期決算報告と全体の振り返り
7	ケーススタディ(4)グループ発表を行う(後半グループ)	14	1-13週のとまとめを行う