

産業能率大学 経営学部

マーケティングと広告	履修年次	2	
	単位	2	
小々馬 敦、加藤 肇	配当期	後	
	授業方法	演習/対面	
授業の内容			
<p>【授業の概要】</p> <p>マーケティング戦略のプランナーに求められる基本的な資質を養う</p> <p>①マーケティングの基本概念と基本知識を習得する</p> <p>②マーケティング/広告戦略の策定に必要なキーワードとフレームワークを習得する</p> <p>③マーケティング/広告戦略のプランニング手順を体系的に習得する</p> <p>なお、授業外学習の指示・提出は manaba で行う</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングと広告に関する基本的概念とキーワードを理解できている ・企業がマーケティング目標達成のために広告活動をどのように実践しているかを理解できている ・マーケティング/広告戦略を策定するフレームワークと手順について理解できている 			
成績評価の方法			
授業出席、授業外学習および理解度確認のための実習課題を提出し受理されること、小テストを受けること			
週	授業項目	週	授業項目
1	イントロダクション マーケティング・コミュニケーションの概念	8	マーケティング/広告 戦略の策定⑤ポジショニングと価値提案
2	マーケティング・コンセプトの進化	9	マーケティング/広告 戦略の策定⑥広告コンセプト
3	マーケティングと広告の目的と目標	10	【小テスト】 基本知識/用語の確認
4	マーケティング/広告 戦略の策定①市場環境分析 【実習課題①】	11	戦術(施策)の計画 マーケティング・ミックス商品施策
5	マーケティング/広告 戦略の策定② 基本戦略の策定	12	マーケティング・ミックス 流通/売り場施策
6	マーケティング/広告 戦略の策定③ セグメンテーション	13	戦術(施策)の計画 マーケティング・ミックス価格施策
7	マーケティング/広告 戦略の策定④ターゲティ ング【実習課題②】	14	マーケティング・ミックスプロモーションのイノベーション