

科目名称：	マーケティング戦略論	
担当者名：	井上 克洋	
区分	授業形態	単位数
専門教育科目	講義	2
授業の目的・テーマ		
本講義は、マーケティングの基本的な考え方を理解し、その知識を用いて将来ビジネスの場で活用できることを目指しています。マーケティングの手法の解説を通して、「なぜその商品が売れているのか？」話題の商品の秘密に迫り、最終的には経営戦略に関しても触れていきます。マーケティングは極めて実践的な経営手法であるため、演習的要素を多分にとりこんだ講義となります。受講希望者は、知識的前提となる経営学入門を十分に復習しておいてください。		
授業の達成目標・到達目標		
①マーケティングに関する基本的な用語と仕組みを理解すること、②マーケティングの手法を修得しビジネスの場において使いこなせるようになること、③経営に関する戦略的思考を身につけること。		

ビジネス実務学科	ディプロマポリシー（卒業認定・学位授与の方針）	重点項目
DP (1)	建学の精神と設立の理念を基に、ビジネス社会で求められる基礎知識を修め、地域社会を理解するとともに多様な文化に対応できる幅広い教養が身につけている。	
DP (2)	医療事務や観光業を含むビジネスの専門知識や技能を身につけ、各種資格を取得し、ビジネスワーカーとして他者と協調・協働することのできる実践力を身につけている。	○
DP (3)	多様なビジネス社会に対応できるよう豊かな人間性を養い、人との関わりの中で自己の考えを的確に表現するとともに、他者の意見を尊重し良好な信頼関係を築いていくことができる。	
DP (4)	学生一人ひとりが、ゼミナールを通して、ビジネス現場における様々な課題に取り組み解決する学修経験を積み重ねることで、その場の状況に応じた活用力を身につけている。	

評価方法/ディプロマポリシー	定期試験	クイズ 小テスト	提出課題 (レポート含む)	その他	合計
ビジネスDP (1)					0
ビジネスDP (2)			90	10	100
ビジネスDP (3)					0
ビジネスDP (4)					0
					100

実務経験のある教員の担当	担当教員の实務経験の内容（内容・経験年数を記載）	
なし	《内容1》	《経験年数1》
	《内容2》	《経験年数2》
	《内容3》	《経験年数3》
	《内容4》	《経験年数4》

評価ルーブリック	すばらしい	とてもよい	よい	要努力
市場の知識	講義で説明された基本的なマーケティング用語を完全に理解している	講義で説明された基本的なマーケティング用語を凡そ理解している	講義で説明された基本的な用語についてヒントを与えれば理解できる	講義で説明された基本的な用語についてヒントを与えても理解できない
マーケティングの実践	自分でマーケティングができる	マーケターの指導があればマーケティングできる	マーケターの補助が可能	マーケティング自体の理解が弱い

授業の内容・計画	事前事後学修の内容	事前事後学修時間(分)
第1回 マーケティングについてのディスカッション	講義で学んだマーケティングミックスについてまとめる。	40分
第2回 ターゲット市場の選定	マーケティングにおけるセグメントについて、予習してくる。	40分
第3回 製品のライフサイクル	製品のライフサイクルとはどういう意味か、予習してくる。	40分
第4回 市場地位別のマーケティング	リーダー、チャレンジャー、フォロワー、ニッチャーとは何か、予習してくる。	40分
第5回 産業の構造分析	産業構造とはどういう意味か、予習してくる。	40分
第6回 全社戦略	全社戦略とはどういう意味か、予習してくる。	40分
第7回 レポート	過去6回の復習を行う。	40分
第8回 経営戦略とは	経営戦略とはどういうことか、予習しておく。	40分
第9回 財務戦略・人事戦略・営業戦略	財務、人事、営業における戦略とはどういうことか、予習してくる。	40分
第10回 集中と選択	「集中と選択」とはどういう意味か、予習してくる。	40分
第11回 ブランディング	ブランドとは本来どういう意味か、予習してくる。	40分
第12回 ブランドのマネジメント	ブランディングについて学んだことをまとめておく。	40分
第13回 M&A	M&Aとは何か、予習してくる。	40分
第14回 マーケティングについて考える (DVD鑑賞)	鑑賞したDVDについて、本講義で学んだこととどう活かされているかまとめておく。	40分
第15回 マーケティングについて考える (DVD鑑賞+ディスカッション+レポート)	全15回の講義を通して、何を学んだかをまとめておく。	40分
<p>事後学修時間については、受講するにあたっての最低限の目安を明記したが、単位取得のためには原則として授業時間と事前事後学修を含め短期大学設置基準で規定された学修時間が必要である。 また、事前事後学修としては、次回までの課題プリント(小レポート)をまとめることになる。</p>		
成績評価の方法・基準 <p>定期試験は、実施しない。 その他の評価配分は、以下のとおりである。 担当者によるレジュメ作成を50%、2回実施するレポートを各20%、講義に対する積極的関与度合を10%で採点する。</p>		
課題に対するフィードバック <p>レジュメ作成に関しては、毎回評価及び改善点を指摘し、レポートに関しては記載すべき事項の解説と模範解答を示す。</p>		
教科書・参考書 <p>『マーケティング戦略 第4版』和田充男2012年及び(有斐閣アルマ)及び『経営戦略の教科書』遠藤功2011年(光文社新書)</p>		