

科目名	担当教員名	授業形態	単位数	資格	大学 DP	学科 DP	学習成果
マーケティング論 I (53 期～) マーケティング論 (51・52 期)	鷲尾 和紀	講義	4		1, 2, 3	1, 2, 5	2, 3, 4
授業概要 授業目的	本講義はマーケティングの基礎原理を学びます。さらに経済における活動に生産と消費がある中で、マーケティング戦略論の主な課題である企業への顧客または市場・環境への対応、競合への対応、手法について学びます。マーケティングは「売れる仕組み」を考えます。またその目標は顧客の価値創造と維持であります。						
到達目標	マーケティング戦略の本質を様々な事例を理解していくことが授業の到達目標であります。企業は顧客に商品を提供するにあたり、どういった方法で商品開発を行い、またどういった方法で販売戦略を取っているのか理解しましょう。						
回	学習内容	回	学習内容				
1	マーケティングの基礎概念	16	チャンネル戦略① 意義と機能				
2	マーケティングの対象となるもの	17	チャンネル戦略② 類型 依存・信頼関係				
3	マーケティング・コンセプト	18	コミュニケーション戦略① 基礎概念				
4	顧客価値・顧客満足とは	19	コミュニケーション戦略② 広告活動				
5	マーケティング・マネジメントの基本	20	製品ライフサイクル				
6	市場機会の分析と発見 (SWOT 分析)	21	サービスマーケティング① サービスの 4 つの特性				
7	市場細分化 標的市場の設定	22	サービスマーケティング② サービスの価格設定				
8	ターゲティング	23	消費者行動・観光マーケティング				
9	ポジショニング・差別化戦略	24	商学(商流・物流・情報流)				
10	製品戦略	25	流通論(製造業・卸売業・小売業)				
11	ブランド戦略	26	デジタル・マーケティング—インフルエンサー—				
12	ブランド・エクイティ	27	マーケティング 4.0 と SDG s				
13	ブランディング戦略・差別化戦略	28	地域活性化(地方創生)による地域ブランドの発展				
14	価格戦略① 概念と特徴	29	経営戦略論—業界の構造分析—				
15	価格戦略② 価格適合	30	試験・講評				
予習内容 復習内容	予習：テキストを通読 復習：授業内容についてノートにまとめる。日常生活から企業のマーケティング手法を探す。						
教科書	鷲尾和紀・鷲尾紀吉(2017)『マーケティング戦略論』発行：創成社						
成績評価	試験 100%						
実務経験							
その他 特記事項	毎回ではないが簡単な小テストまたはレポートを実施する場合があります。 受動ではなく能動に学生が主体的に考え、それに対し教員と学生がコミュニケーションすることで将来への意識付けができるような授業を目指します。						