

講義科目 : マーケティング論Ⅱ (53期生)	単位数 : 2
担当 : 鷲尾 和紀	学習形態 : 選択科目

講義の内容・方法および到達目標

マーケティング論Ⅱでは、マーケティングの基本原理であるマーケティング・マネジメント・プロセスを中心に学びます。マーケティング戦略の定義から学び、マーケティング・マネジメント・プロセスに沿って、SWOT分析、市場細分化・ターゲティング・ポジショニング、マーケティング・ミックス（4P）を習得することによって、マーケティング戦略の基礎を理解していくことが授業の到達目標であります。

授業内容

第1回	マーケティングの基礎概念
第2回	マーケティング戦略の意義
第3回	市場機会の分析と発見（SWOT分析）
第4回	市場細分化・ターゲティング戦略
第5回	ポジショニング、差別化戦略
第6回	4P 製品戦略－製品の基本概念－
第7回	4P ブランド戦略－ブランドとは何か－
第8回	4P ブランドエクイティ・ブランディング戦略
第9回	4P 価格戦略－価格の概念と特徴－
第10回	4P 価格戦略－価格適合－
第11回	4P チャネル戦略－チャネル構成の類型－
第12回	4P チャネル戦略－企業間取引の信頼・依存関係－
第13回	4P コミュニケーション戦略－プロモーションの基礎概念－
第14回	4P コミュニケーション戦略－広告活動－
第15回	インフルエンサー・マーケティング

テキスト

鷲尾和紀・鷲尾紀吉(2017)『マーケティング戦略論』発行：創成社

成績評価方法

・定期試験 100%

その他

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、それを通じて教員と学生がコミュニケーションを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。