



ID: 1380

科目名	マーケティング論 I 【26年度生用】			コード			
英語表記	Basic Marketing						
担当教員名	古田 正雄			年度	平成26年度		
基準年次	3年次	開講期	前期		単位数		
授業形態	講義	授業形式		履修形態	選択		
授業概要							
全ての商品には市場導入期、成長期、成熟期、衰退期のプロダクトライフサイクルがある。そのステージ別の特徴や取るべき戦略を理解して「お客様の満足を創造し、買って頂ける仕組みを作る」ことがマーケティングである。マーケティング理論の基礎を学ぶ。							
到達目標							
マーケティング理論の基礎知識取得を目指す。日常生活やアルバイトの中で、顧客対応の良し悪しの気づきをメモしその改善策を考える習慣を身につけて欲しい。							
授業計画							
第1回	マーケティング概念 マーケティングの変遷、マーケティング立案の流れ、マーケティング目的&3C理解 (業界実例)						
第2回	マーケティング戦略 市場機会、セグメンテーション、ターゲティング、セグメンテーション、SWOT分析(中国人口世代特徴)						
第3回	商品開発戦略 製品の分類、新商品開発プロセス、商品開発コンセプト、マーチャンダイジング、 (Car Division)						
第4回	同上	顧客ニーズ変化の実例(中国HIT商品、日本のCVS、世界のSPA) (ポジショニングMAP)					
第5回	同上	プロダクトライフサイクル(4段階の時間軸)、業界タイプ別ライフサイクル (外食業界)					
第6回	価格戦略 原価の把握方法、3種類の価格設定、ライフサイクル別価格戦略、 (家電業界)						
第7回	流通戦略 チャンネル機能、チャンネルキャプテン、フランチャイズの実際 (CVS業界)						
第8回	同上	業態開発、チェーンビジネス、ショッピングセンター、ディスカウントストア、アウトレット(アラモアナSC)					
第9回	プロモーション戦略 購買意思決定プロセス、プロモーション手段、イノベーター理論、PUSHとPULL戦略 (NET業界)						
第10回	同上	人的販売、販売計画と販売促進、セールストーク初歩編 (営業話法)					
第11回	カスタマーリレーション CRMの流れ、顧客維持と創造のマーケティング、ソーシャルマーケティング (DEPT業界)						
第12回	マーケティングリサーチ マーケティング情報システム、リサーチ手法と特徴、データ分析手法、 (ビール業界)						
第13回	同上	リサーチ作業の流れ、調査実査のポイント、質問回答形式の練習 (市場調査業界)					
第14回	市場地位別マーケティング戦略、リーダー戦略、チャレンジャー戦略、フォロワー戦略、ニッチャー戦略、PPM(自動車業界)						
第15回	ホリスティックマーケティング デ・マーケティング、社会対応マーケティング、リスクマネジメント (レポート課題)						
評価方法と基準			評価項目と割合(%)				
期末試験、レポート課題、出席回数で決める。出席率が70%未満の者、および授業態度の良いくない者は評価の対象外となる。			出席	授業態度	レポート	期末試験	その他
				45%	5%	50%	
授業外学習			テキスト、教材				
			特に定めはない。必要に応じてプリントを配布する。ただし、必ず各自でマーケティング関連の参考書を持参すること。				
参考書			受講生へのメッセージ				
MBAマーケティング グロービス経営大学院 ダイアモンド社、マーケティングの基本 野口智雄 日経文庫			レポート等の提出は WORD, EXCELで作成のこと。毎回出席が前提で、必ず予習と復習を行なうこと。				
キーワード							
マーケティングの4P (product, price, place, promotion)、 プロダクトライフサイクル、 業態開発							