愛知東邦大学 シラバス

開講年度(Year)	2023年度	開講期(Semester)	前期
授業科目名(Course name)	入門マーケティング		
担当者(Instructors)	榎澤 祐一	配当年次(Dividend year)	1
単位数(Credits)	2	必修・選択(Required / selection)	選択
			実務家教員科目(Pro teacher course)

■授業の目的と概要(Course purpose/outline)

「マーケティング」は、誰しもが聞いたことがある言葉だと思います。ですが、「何をすればマーケティングなのか？」と問われると、実際、多くの人が社会人を含めて「わからない」と答えることが多いというのが私の実感です。そこで、本授業は初学者向けに商行為の中の「マーケティング」的な要素を抽出して指摘できるような基礎知識の装着を目的とします。具体的には事例を紹介し、その事例から得られる教訓を学びます。また、その教訓をさらに抽象化した理論についても触れ、マーケティングを学術的に捉える意義の理解までを目指します。

■授業形態・授業の方法(Class form)

授業形態(Class form)	講義
授業の方法(Class method)	毎回「前回課題の振り返り⇒講義⇒討議⇒履修者による発表⇒授業内課題の取り組み」という順序で進みます。「前回課題の振り返り」では前回取り組んだ授業内課題の中からピックアップした回答を匿名で紹介します。「講義」は事例紹介の後、そこから得られる実務的教訓を説明します。「討議」は講義の中で解説した理論面に関するテーマを考察し会話してもらうものです。学修状況により最大７回程度メディア授業を実施する予定です。
当該科目と実務との関係(Relationship between cource and practice)	過去にエンタテインメント分野の事業会社での販売促進業務歴、不動産分野での販売促進支援会社での勤務歴があり、クラウド（インターネット経由でのユーザーへのサービス提供）を取り扱う事業会社のアドバイザーを務めました。

■各回のテーマとその内容(Each theme and its contents)

回数(Num)	テーマ(Theme)	内容(Contents)	メディア区分(Media)
第1回	導入	マーケティングを座学で学ぶ意義	□
第2回	市場調査	市場調査で分かること・分からないこと。市場調査の際の留意点	□
第3回	STP①	セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニングの意味と、その枠組みの活用方法（前編）	□
第4回	STP②	セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニングの意味と、その枠組みの活用方法（後編）	□
第5回	商品	商品開発におけるマーケティング的観点	□
第6回	価格	価格設定におけるマーケティング的観点	□
第7回	宣伝	宣伝におけるマーケティング的観点	□
第8回	販路	販路開拓におけるマーケティング的観点	□
第9回	サービス	サービス業のマーケティング的観点	□
第10回	マーケティングの実行手順	マーケティングは、どのような手順を踏んで行うのか	□
第11回	国際マーケティング	外国での日本製品の販売	□
第12回	デジタルマーケティング	デジタルを活用したマーケティング	□
第13回	ブランディング	マーケティングにおけるブランドの活用	□
第14回	全社マーケティング	マーケティング関連部署にとどまらない、全社一丸のマーケティングの意義	□
第15回	復習・授業内テスト	第1～14回目までの履修内容の復習とテスト	□

■授業時間外学習（予習・復習）の内容(Preparation/review details)

新聞やニュースでのマーケティングに関する企業の動きを、授業で学んだマーケティングの教訓や学術的理論に当てはめて考察する（2時間程度）。参考文献の読み込み（2時間程度）。

■課題とフィードバックの方法(Assignments/feedback)

課題は授業内課題です。フィードバックは次回講義時に代表的な回答に対してコメントします。

■授業の到達目標と評価基準(Course goals)

区分(Division)	DP区分(DP division)	内容(DP contents)
知識・技能	◆ 2021地域ビジネスDP1	現実のマーケティング現象を抽象化して、マーケティングに関する基本的用語として説明できる。

■成績評価(Evaluation method)

筆記試験(Written exam)	実技試験(Practical exam)	レポート試験(Report exam)	授業内試験 (in-class exam)	その他(Other)
			25%	75%

授業内試験等(具体的内容)(Specific contents)

「授業内試験」は択一問題による出題です（持ち込み可）。「その他」は第1回～第14回の授業内討議結果を記したペーパーや授業内課題（文章）に対する評価です。

■テキスト(Textbooks)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	ありません。	
2		
3		
4		
5		

■参考図書(references books)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	宮永博史(2011)『世界一わかりやすいマーケティングの教科書』中経出版	
2		
3		
4		
5		