

科目名	開講期間	必修/選択	担当者名
デジタル時代のマーケティング・プランニング入門	前期	必修	船木恵一

### 【授業の目的と概要】

若手社会人として必要最低限のマーケティング知識を習得し、併せてデジタル化が与えた構造的な変化を理解する。自社ビジネスへの応用視点を考察できるようになること、上司からの指示待ちではなく、自らがイニシアティブをとって課題解決にあたる思考力と積極性を身につけることを目的とする。

### 【授業計画】

※実践的な授業方法…①企業等、②双方向、③実務家教員・実務家、④実地

回数	テーマ 授業内容の概要	実践的な 授業方法
1	マーケティング基礎：理論とフレームワーク 企業が用いるマーケティングの基礎的理論や戦略の解説、所属する企業におけるマーケティング課題についての意見交換	②③
2	マーケティング基礎：環境分析 ビジネスで頻繁に使用される環境分析や整理手法の解説、分析事例に関するディスカッション	②③
3	演習1：ロジカル・シンキング テーマに基づく課題の整理や解決策の企画に役立つロジカル・シンキング演習、個別作業ならびに発表と意見交換	②③
4	デジタル・マーケティング：社会の変化 インターネットが及ぼしたビジネス社会の変化について解説、所属する企業への応用の可能性に関する意見交換	②③
5	デジタル・マーケティング：アプローチ ビジネスへの応用視点を簡単に理解する7つのキーワードの説明、所属する企業での取り組み視点の考察とディスカッション	②③
6	事例紹介1：adidas japan 他（予定） デジタルを採り入れたビジネス事例の紹介、質疑応答とディスカッション	②③
7	演習2：ディスラプション・ワークショップ 素早く画期的なアイデアを出すディスラプション・ワークショップ演習、テーマに基づき、グループ単位での様々なブレインストーミングの実習	②③
8	演習2：ディスラプション・ワークショップ 前回のグループ単位でワークショップの成果を発表と意見交換	②③
9	活躍する中堅社員になるには 身に着けるべきビジネス習慣と思考法、キャリア育成の考え方についての解説とグループ単位でのディスカッション	②③
10	演習3：各自の行動計画の作成とまとめ 各受講者単位で今後の活動計画を作成する	③

**【授業の到達目標】**

- ・基礎的なマーケティング知識を踏まえ、デジタル化が与えたマーケティングの構造的な変化について説明できる
- ・本授業で学んだことを基に、自社ビジネスへの具体的な応用について考察できる
- ・自らがイニシアティブをとって自社の課題解決にあたるためには具体的に何をすればよいか、考えることができる

**【成績評価方法】**

授業への積極的な参画、演習への取組（能動的な取り組みと成果）。時間外での予習復習。

**【テキスト・参考図書】**

講師がその都度用意します。