

学 科	服飾美術学科	担 当 教 員	岩崎 之勇 (実務経験あり)		
授 業 科 目	マーケティング論	科目区分	専門科目	2 単 位	
必修・選択	選択	授業形態	講義	開 講 時 期	1 年次・後期
授業の主題 目 標	<p>【授業の主題】 マーケティングに関する基礎的研究, およびマーケティングに関する基礎的事例研究について理解する。</p> <p>【授業目標】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. マーケティングに関する基本的な知識を修得する。 2. 会社組織のマーケティングの役割を理解する。 				
授業の内容 進 め 方	<ol style="list-style-type: none"> 1. 授業概要・ガイダンス マーケティングとは 2. 顧客価値と顧客満足 顧客価値および顧客満足の考え方 3. 戦略マーケティング 競争及び戦略への取り組み 4. STP 市場細分化の考え方 5. マーケティング・リサーチ 市場調査方法の考え方 6. 消費者行動 顧客ニーズを高める方法 7. 製品戦略 製品開発の考え方 8. 価格戦略 価格の設定方法 9. 流通戦略 流通業者の取り組み 10. プロモーション戦略 プロモーション手段の特徴 11. マーケティング・コミュニケーション コミュニケーションとは 12. サービス・マーケティング サービス業におけるマーケティング 13. ブランド戦略 ブランドの重要性とブランド価値 14. ソーシャル・マーケティング 非営利組織のマーケティング 15. まとめ・試験 これまでの授業内容を振り返りと試験の実施 				
実務経験を 活かす内容	一般企業での実務経験を生かし, 個別の指導計画や個別の教育支援計画の作成・評価・修正課程 (PDCA サイクル) に関して実践的教育を行います。				
テ キ ス ト 教 材	【参考文献】 草野基雄, 2017, 『入門・マーケティング論 (第5版)』八千代出版				
準備学習の 具体的内容	各授業で配ったプリントを復習する。 授業の中で, 特に調べてくる事項についての調査を求める場合がある。				
評価の方法 基 準	試験(80%) 中間レポート(20%)				
履 修 上 の 注 意	なし				