

科目名 Class	入学年度 Admission Year	開講学年・学期 School Year, Semester	単位数 Credit	必・選	授業担当者 Instructor
マーケティング論	共通	1年生・前期	2単位	選択	秋吉 浩志
履修の前提条件	経営やマーケティングに興味をもつ学生は積極的に履修をすすめる。経営に関する1分野としてとても大事な科目である。				
授業概要 (Course Outline)					
マーケティングの基礎理論を包括的に講義する。毎回講義ではパワーポイントを使用し、プレゼンテーション方式で授業を行う。それに合わせて、適宜プリントも配布するが、その回限定のプリントなので、再配布することはしない。よって、必ず出席すること。また、最新のマーケティング & 消費者行動に関するテキストを使用するので、必ず読んで予習しておくこと。					
授業を通して修得できる力 (Competency Goals)					
知識・理解の観点 Knowledge and Understanding	多文化・異文化に関する知識の理解 Multiple Culture / Different Culture				
	人類の文化・社会と自然に関する知識の理解 Human Culture / Society / Nature				○
汎用的技能の観点 Generic Skills	コミュニケーション・スキル Reading / Writing / Speaking / Listening				○
	数量的スキル Mathematics				○
	情報リテラシー Information Literacy				○
	論理的思考力 Logical Thinking / Creative Thinking				○
	問題解決力 Problem Solving				○
態度・志向性の観点 Personal Qualities	建学の精神 University Founding Philosophy				
	自己管理能力 Self-management				○
	チームワーク Teamwork				
	リーダーシップ leadership				
	倫理観 Ethical Sense				
	市民としての社会的責任 Social Responsibility				
	生涯学習力 Lifelong Learning				○
到達目標 (Objectives)					
マーケティング論の基礎的な講義である。後期または2年次以降の科目受講に向けての基礎科目であるので、この授業でマーケティングの基礎理論を学んで、2年次以降のとくにマーケティング及び流通関連科目、ビジネス関連科目を理解する力を養うことが目標である。					
事前学習の内容	基本的にプリントを配布し、テキストも使用するが、下記の参考書ならびに参考資料を事前に読むことをすすめる。				
事後学習の内容	毎回、プリントを基本的に配布、テキストも使用するが、板書、ならびにパワーポイントで説明した重要点においては、再度見直して復習することを求める。				
能動的学習【アクティブラーニング】の内容 (Active Learning)					
①基本的にプレゼン方式で行い、学生と積極的にコミュニケーションをとりながら講義を展開する。					
②動画、テキスト以外の教材などのように実際見たり、感じたりする教材も準備し、より体感できるような講義も行う。					
③ミニテスト、アンケート、学生からの意見なども教材として取り上げ、講義を展開していく。					
④考える、議論する、主張することなどができるような雰囲気づくりを行い、受講学生の積極性なども導き出す。					
教員との連絡方法・オフィスアワー (Office Hour)					
基本的に研究室(2号館5階555研究室)にて月曜日、水曜日オフィスアワーを設定している。研究室訪問の際、メール; akiyoshi7227@gmail.comにメール連絡をしておくことを薦める。					
その他 (Others)・外部試験との関連・学習の確認(ポートフォリオの作成と提出)について					
この科目は経営学検定試験の初級「マーケティング」部分の基礎内容にもふれている。また販売士(リテールマーケティング)受験希望者は、必ず履修することを薦める。 学習の確認: ポートフォリオシート「科目別履修確認チェック表」に必要事項を記入して、4月27日までに秋吉までメール(akiyoshi7227@gmail.com)で提出してください。					

授業計画 (Course Schedule)			
テーマ Theme			
第1回	マーケティングとは何か		
第2回	マーケティングの歴史と定義の変遷について		
第3回	マーケティングミックス		
第4回	製品戦略①		
第5回	製品戦略②		
第6回	価格戦略①		
第7回	価格戦略②		
第8回	流通(チャンネル)戦略①		
第9回	流通(チャンネル)戦略②		
第10回	プロモーション戦略①		
第11回	プロモーション戦略②		
第12回	サービスマーケティング		
第13回	電子商取引とマーケティング		
第14回	IT&ICTとマーケティング		
第15回	定期試験等		
第16回	マーケティング概念の劇的な変化&まとめ		
教科書 (Textbooks)			
書名 Title	著者名 Author	出版社 Publisher	ISBNコード ISBN Code
「ひと目でわかる！」 マーケティング基礎読本	日経デジタル マーケティング	日経BP社	978-4-8222-3559-8
参考文献 (Reference Books)			
書名 Title	著者名 Author	出版社 Publisher	ISBNコード ISBN Code
現代のマーケティング戦略—はじめて学ぶマーケティング基礎篇	薄井 和夫	大月書店	978-4272140497
成績評価方法 (Grading Criteria / Method of Evaluation)			
出席・遅刻に関しては厳しく管理し、成績に反映する。パソコン(タブレット型も含む)、携帯(スマートフォン)その他電子機器の使用は一切禁止し、使用した場合によっては科目受講失格(0点)にすることもある。			