

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	実務 経験
マーケティング論	219～ ～218	1年生・前期	2単位	経 必	NW 選	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。本学の経営情報学に関する1分野としてとても大事な科目のひとつである。						
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紹介するので、必ず読ことをすすめる。							
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。など							
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28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	アメリカと日本の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e-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		
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
適宜プリントを配布			
参考文献 (Reference Books)			
書名 Title	著者名 Author	出版社 Publisher	ISBNコード ISBN Code
マーケティング基礎読本増補改訂版(日経BPムック)	日経デジタルマーケティング(編集)	ムック	978-4822235598
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、使用した場合には科目受講失格(0点)にする。基本的に座席指定を行う。			