

ナンバリング (Numbering)						
1AMN-6490-12C		1EDN-6490-12E				
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 Comp. / Opt.I	授業担当者 Instructor
マーケティング論		219～	1年生・前期	2単位	経営 必修 NW 選択	秋吉 浩志
オンライン授業 Online Class	なし	Googleクラスルームの利用 Using Google Classroom		あり		
履修の前提条件 Course Prerequisites		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。本学の経営情報学を学ぶための基礎的な1分野としてとても大事な科目である。				
授業概要 Course Outline						
<p>本学の建学の精神をふまえつつ、アドミッションポリシーに沿った、カリキュラムポリシーに基づき、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、テキストを使用、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&amp;消費者行動に関するテキストを紹介するので、必ず読むことをすすめる。</p> <p>この科目は、数理・データサイエンス・AI教育プログラム(リテラシーレベル)選択科目である。</p>						
実務経験のある教員による科目 Subject Taught by The Faculty with Work Experience	実務経験内容 Work Experience Content		実務経験をいかした教育内容 Class Contents Utilizing Work Experience			
該当しない						
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		○	
統合的な学習経験と創造的思考力 Integrated Learning Experience and Creative Thinking Skills	統合的な学習経験		Integrated Learning Experience			
	創造的思考力		Creative Thinking Skills			

## 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年次以降の経営情報学関連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、および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。

## 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: akiyoshi@g.kiis.ac.jpにメール連絡をしておくことを薦める。(遠隔授業の場合はGoogleクラスルームを活用して連絡を随時行う)

## その他 Others.外部試験との関連 Exams of Other Organizations, ポートフォリオ・ルーブリックの作成と提出(学習の確認 Learning Review and Evaluation)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、指定日までに秋吉までメール(akiyoshi@gkiis.ac.jp)で提出してください。  
また、遠隔授業の際は主にZoomと動画にて、授業を行い、課題等はGoogleクラスルームを活用する

## 教科書 Textbooks

書名 Title	著者名 Author	出版社 Publisher	ISBNコード ISBN Code
「いちばんやさしいマーケティングの教本」第2版 人気講師が教える顧客視点マーケの基本と実践	中野崇	インプレス	ISBN978-4295021933

## 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 図解マーケティング大全	日経デジタルマーケティング 安部徹也他	日経BP社 洋泉社MOOK	ISBN978-4-8222-3559-8 ISBN978-8003-1479-6

## 成績評価方法 Grading Criteria / Method of Evaluation

期末試験もしくは期末レポート、出席・遅刻に関しては厳しく管理し、成績に反映する。授業態度、ミニテストを基準とする。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出席登録以外では一切禁止し、使用した場合によっては科目受講失格(0点)にする。基本的に座席指定を行う。

## 学習成果に対するフィードバック(指導と助言) Guidance and Advice on Student Learning Outcomes

毎回講義終了後に課題を提出してもらいます。それは主にGoogle Formで行います。課題の内容について、質問に合わせた論述内容を読んでその内容が質問に正當に答えられているか、論述内容などにコメントをつけて返します。さらにはアクティブラーニング実施後のレポート提出を求め、その内容についても提出内容を読み、学生に質問で回答を求めたりしてより、理解度を上げる作業を学生と行います。  
なお、課題のほかに、自身が講義で学んだことも問います。きちんと自分自身しっかりと理解しているかを確認していただきます。なお内容によっては教員が質問したり、意見を述べてフィードバックする場合もある。

授業計画 Course Schedule		
テーマ Theme		
第1回	マーケティングとは何か&ガイダンス(社会のなかでのマーケティングの役割について)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびにを事前配布している資料を読んでおくこと。特にマーケティングの基礎知識解説を読んでおくように。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
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	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第3回	マーケティングミックス(マーケティングの4Pとターゲット層を考える)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第4回	製品戦略①(メーカーの製品づくりと製品コンセプトを考える)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第5回	製品戦略②(コモディティ化とメーカーの製品づくり、製品コンセプトを考える)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第6回	価格戦略①(価格決定について損益分岐点法など価格決定のプロセスについて)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第7回	価格戦略②(現代の価格決定法を考える:サブスクリプションなど新たな動きについて)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第8回	流通(チャネル)戦略①(商業の発展と流通の役割)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)

第9回	流通(チャネル)戦略②(流通システム、流通チャネル、取引数削減の原理など、流通の問題を考える)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第10回	プロモーション戦略①(広義のプロモーション戦略を考える)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第11回	プロモーション戦略②(広告、イベントなど狭義のプロモーションについて考える)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第12回	サービスマーケティング(サービスとはなにか、サービスの諸特徴について)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第13回	電子商取引とe-マーケティング(電子商取引の劇的な発展に伴う問題点を考える)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第14回	IT&ICTとマーケティング(ITやIOTの発展によるマーケティング情報システムの諸問題を考える)	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	講義時に与えられた課題をミニツツペーパーに書いて提出をしてもらう。(2h)
第15回	現代におけるマーケティング概念の劇的な変化と進展について&まとめ	
	事前学習 (内容・時間)	テキストの関連したページならびに配布資料を事前に読んでおくこと。(2h)
	事後学習 (内容・時間)	最後にマーケティング論のまとめレポートを書いてもらいます。(2h)
第16回 (定期試験)	基本的に対面ペーパーテストを行う。試験前にルーブリックならびにポートフォリオの提出もしてもらい。その進捗状況も試験の一部とみなす。	