

科目名 (科目番号)	マーケティング論 (時間割参照)	教員名	中村佐多子	学科等	保健栄養	選択	履修年次	4
				曜日・時限等	時間割表参照	単位数	2	
				授業形態	講義	オフィスアワー	非常勤講師	
授業概要	まずマーケティングの概念、戦略、戦術、およびプロセスを学習する。そのうえでケーススタディを用いて実例からマーケティングの理解を深める。ケーススタディから、マーケティングの立場で思考し、グループディスカッションを通じてフィードバックを行う。							
目的・目標	目的:マーケティングの知識習得に加え、マーケティング思考を自ら学ぶ。 目標:マーケティング思考、プロセス、概念を理解すること。また、実際のマーケティングに関するケーススタディ、マーケティングトライアル、グループディスカッションを通じて、自らの理解や仮説への検証ができる。							
準備学習	毎回の授業について少なくとも1時間程度の予習・復習をすること。							
授 業 計 画	回	授業項目	到達目標・学習内容					
	1	イントロダクション	到達目標:マーケティングとは何かその意味を理解できる。 学習内容:授業の目的、授業の進め方について説明する。					
	2	マーケティングの歴史	到達目標:マーケティングの成り立ち、新しいマーケティングの視点を理解できる。 学習内容:マーケティングの歴史を学び、企業のグローバル化やnew normal時代の新しいマーケティングの視点を検討する。					
	3	マーケティングの基本概念	到達目標:BtoC「売れるもの(製品)をつくる」活動を具体例から学ぶ。 学習内容:日本マーケティング対象に選ばれたものを事例に検討する。					
	4	製品のマネジメント	到達目標:BtoC「製品」の開発、発売等のマネジメントのあり方を習得。 学習内容:製品の開発、生産、販売について成功事例から学び議論する。					
	5	価格のマネジメント	到達目標:重要な意思決定要素といえる価格のマネジメントの考え方を習得。 学習内容:トップシェアの菓子を事例に価格を検討する。					
	6	広告のマネジメント	到達目標:BtoC「製品」の広告事例からプロモーション活動における役割と重要性を習得する。 学習内容:消臭スプレーを事例に広告戦略を学ぶ。					
	7	チャネルのマネジメント	到達目標:BtoC「製品」の流通事例からチャネル戦略の意義、方法、ロジスティックについて理解する。 学習内容:化粧品業界のチャネルを検討する。					
	8	サプライチェーン	到達目標:BtoC「製品」の事例からマーケティングとサプライチェーン・マネジメントの関わりを習得する。 学習内容:氷菓子業界の事例からサプライチェーンを学ぶ。					
	9	営業のマネジメント	到達目標:BtoC「製品」を水面下で支える営業活動を習得する。 学習内容:アルコール飲料を事例に営業と販売について学ぶ。					
	10	顧客関係のマネジメント	到達目標:BtoC「製品」のからメーカーとユーザーの良好な関係作りを習得する。 学習内容:アウトドア業界事例から顧客関係の構築、維持について学ぶ。					
	11	ビジネスモデルのマネジメント	到達目標:BtoC「製品」の事例からサービスドミナントロジックを習得する。 学習内容:計量器メーカー事例から「モノ」「コト」を再確認する。					
	12	顧客理解のマネジメント	到達目標:BtoC「製品」の事例からマーケティング・リサーチの方法を知る。 学習内容:効果的な行動へむすば顧客理解のマネジメントを学ぶ。					
	13	ブランド構築のマネジメント	到達目標:BtoC「製品」の事例からブランド・パワーの概念を理解する。 学習内容:菓子メーカーを例に価値について学ぶ。					
	14	CSR・CSV・サステナビリティ・SDGs	到達目標:企業と社会の関係をCSR・CSV・サステナビリティ・SDGsの視点で理解する。 学習内容:飲料水メーカーを例に企業の社会課題への取組を学ぶ。					
	15	グループディスカッション	まとめ、グループディスカッションを行い新しい気づきを得る。					
成績評価の方法・基準	プレゼンテーション30%および各回レポート70%を総合して評価する。 (対面・オンライン共通)							
教科書	適宜、資料を配布する							
参考図書	1からのマーケティング			石井淳蔵・廣田章光・清水信年			硯学舎	
教員からのメッセージ	マーケティングの原点である「顧客満足」活動を体系化したマーケティング・マネジメント論を、ケーススタディを用いて、実際の例からマーケティングの理解を深めていきます。給食受託企業の戦略や実際に交えて説明もします。レポートはコメントを付して返却いたします。インプット学習にとどまらず、身の回りの製品(商品)に興味をもち、自分で考える思考力を引き出していきましょう。							