

科 目 名 称	マーケティング					ビジネス・キャリア		(○)	オフィス情報	(○)
英 文 科 目 名 称	Marketing					グローバル・		(○)	医療事務・医療秘書	(○)
科 目 コ ー ド	590148	授業形態	講義	単位数	2	コミュニケーション		(○)		
教 員 氏 名	山本 浩貴		年次配当	1 年次	後期	ホテル・観光		(○)	大学編入	(○)
実務経験教員担当	有 ・ 無		アクティブラーニング			有 ・ 無				
授 業 概 要 及 び 授 業 方 法	<p>マーケティングとは、時代の変化に合わせてそれに合う製品やサービスを提供し、企業も消費者もそれによって双方がメリットを得る仕組みである。企業は絶えず時代のニーズとウォンツを探り、製品や価値の新たな創造を図らなくてはならない。現在、eビジネス（ネットビジネス）の普及による社会変革の影響を受け、マーケティングも大きく変化している。ビジネスモデルが全く変わろうとしている。流通もマーケティングの一分野であり一体として考えながら現代のビジネスを学習する。</p> <p>なお、学習方法としてアクティブ・ラーニングを中心に授業を進める。そのため、授業中のチーム、クラスへの貢献度、課題提出を中心に評価する。出席と事前学習が学習の基本であり成績評価の基本である。</p>									
関 連 す る 科 目						卒業認定(学習成果)との関連		①③⑤⑥		
授 業 計 画	<p>1. はじめに。オリエンテーション、評価の方法、諸注意。現在のビジネスを考える。</p> <p>2. 流通の定義。流通チャネル。流通の基本的機能とは。</p> <p>3. 日本の流通システムの特徴。欧米の流通機構。</p> <p>4. インターネットと流通業。小売業の様々な形態（スーパーマーケット、コンビニエンスストア、他）</p> <p>5. eビジネス。</p> <p>6. 市場志向と製品志向。マーケティングとは？マーケティング1.0、2.0、3.0、4.0</p> <p>7. 顧客中心主義の落とし穴。</p> <p>8. 顧客満足と事前期待値。</p> <p>9. 価格戦略と企業レベル。マーケットリーダー、チャレンジャー、フォロワー、ニッチャー</p> <p>10. バリュープロモーションとは。レッドオーシャンとブルーオーシャン戦略。</p> <p>11. マーケティングとバリュープロモーション。</p> <p>12. チャネル戦略。マーケティングの4Pとは。</p> <p>13. 価格戦略から価値戦略へ。</p> <p>14. プロダクト・ライフサイクルとその戦略。</p> <p>15. まとめ。</p>									
授 業 時 間 外 の 学 習	講義のまとめノート作成をして良く復習すること。（1時間程度） 次回講義の事前学習。（1時間程度）									
授 業 の 到 達 目 標	流通からマーケティングまでを通して学ぶことで、現代のビジネス社会の基本を理解できることを目標とする。学習にはTBLを活用することで、コミュニケーション能力の育成も図る。									
課 題 に 対 す る フ ィ ー ド バ ッ ク	課題に対するフィードバックは授業中に行う。					評価方法・基準		受講ノート、レポートの提出（60%） チーム学習への貢献度（40%）		
テ キ ス ト	100円のコーラを1000円で売る方法（永井孝尚緒）株式会社KADOKAWA									
参 考 書	授業の進度に応じて適宜紹介。									
備 考										