

年度	2019年度（平成31年度）		
科目	マーケティング 【講義形式】		
担当	岩井秀男	使用教室	44
実務経験	ヤマギワ電気で経理・総務を担当。売上向上のための施策や売上の商品別分類を作成、売上計画に活かす。		
種別	✓前期		
到達目標	マーケティングの基礎知識を習得し、実践できるスキルを身につける。		
資格 実施月	なし		
評価方法	定期考査（中間・期末）の成績（70％）と平常点（レポート提出、出席状況等）30％の合計		
教科書等	マーケティングの実践教科書		
	<p>マーケティングとは、「売れるしくみづくり」であるという視点で「マーケティングの考え方」を学ぶ。</p> <p>第1週から第2週 すべての人にマーケティングが必要なわけ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングとは何 ・売上と利益を上げる打ち手の選択肢 ・組織におけるマーケティングの2つの役割・ ・マーケティング戦略はスパイラルで考える ・顧客の視点で考えるということ ・戦略とマーケティングの違い <p>第3週から第4週 マーケティング環境分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境分析でチャンスとリスクを見つける PEST、5フォース、3C、SWOT、バリューチェーン ・消費者行動モデル ・マズローの欲求5段階説 <p>第5週から第6週 ターゲット市場の選定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング <p>第7週から第10週 マーケティング・ミックスの最適化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・製品戦略 ・価格戦略 ・流通戦略 ・コミュニケーション戦略 		

第11週から第14週

マーケティングの必須キーワード

- ・マーケティングリサーチ
- ・戦略オプション
- ・CRM

第15週から第16週

さまざまなマーケティング

- ・サービスマーケティング
- ・グローバルマーケティング
- ・ポストモダンマーケティング

第17週から第19週

これまでに学んだことを活かした演習

- ・ポカリスエット、アクエリアス、キリンラブズスポーツ
3種類のスポーツドリンクのマーケティングミックスを分析する
- ・環境分析による模擬スーパーの営業戦略の企画立案

8. その他

授業の中で下記の演習を見学を交えて実地学習として実施

- ・梅田の3つの百貨店の違いの実地見学・調査
- ・ロフトと東急ハンズのマーケティング比較