

年度	2020年度（令和2年度）		
科目	マーケティング		
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 ・ 後期 ・ 通年		
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的教科書		
	<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> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 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 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ マーケティングとは何</li> <li>・ 売上と利益を上げる打ち手の選択肢</li> <li>・ 組織におけるマーケティングの2つの役割・</li> <li>・ マーケティング戦略はスパイラルで考える</li> <li>・ 顧客の視点で考えるということ</li> <li>・ 戦略とマーケティングの違い</li> </ul> </li> <li>2. 第3週から第4週 マーケティング環境分析 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 消費者行動モデル</li> <li>・ マズローの欲求5段階説</li> </ul> </li> <li>3. 第5週から第6週 ターゲット市場の選定 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング</li> </ul> </li> <li>4. 第7週から第10週 マーケティング・ミックスの最適化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 製品戦略</li> <li>・ 価格戦略</li> <li>・ 流通戦略</li> <li>・ コミュニケーション戦略</li> </ul> </li> <li>5. 第11週から第14週 マーケティングの必須キーワード <ul style="list-style-type: none"> <li>・ マーケティングリサーチ</li> <li>・ 戦略オプション</li> <li>・ CRM</li> </ul> </li> <li>6. 第15週から第16週 さまざまなマーケティング</li> </ol>		

- ・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

7. 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

- ・マクドナルドとモスバーガーの比較
- ・ロフトと東急ハンズのマーケティング比較  
(現地での実地調査)