

年 度	2022年度（令和4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テキスト		
授業計画	<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"> 1. 第1週から第2週 マーケティングの基本的な考え方 <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 2. 第3週から第4週 マーケティングの実践とスパイラル <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 ・ 消費者行動モデル ・ マズローの欲求5段階説 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"> ・ セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング 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"> ・ 製品戦略 ・ 価格戦略 ・ 流通戦略 ・ コミュニケーション戦略 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"> ・ マーケティングリサーチ ・ 戦略オプション ・ ブランドとCRM 		

6. 第15週から第16週

さまざまなマーケティング

- ・ B t o B (法人向け) 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

7. 第17週から第18週

これまでに学んだことを活かした演習

- ・ これからのマーケティングについて
- ・ 環境分析による模擬スーパーの営業戦略の企画立案

8. 第19週から第20週

授業ので学んだことを活かした演習

- ・ 軽食店の SWOT 分析からの新しい戦略を考える
- ・ あるスーパーの戦略を考える
外部環境、内部環境から 3 C 分析をあてはめ、
スーパーの取るべき戦略を考える