

科目名	経営戦略とマーケティング							年度	2026
英語科目名	Management strategy and marketing							学期	後期
学科・学年	ITスペシャリスト科 3年次	必/選	選	時間数	30	単位数	2	種別※	講義
担当教員	高橋	教員の実務経験		有	実務経験の職種		システムエンジニア		

【科目の目的】

この科目では、経営戦略とマーケティングの基礎知識を学び、実践的な活動を通してビジネスの戦略立案や市場分析の視点を養います。学生同士の協働を通じて、競争優位を獲得するための意思決定プロセスを体験し、製品・サービスが社会に認知されるまでの流れを理解することで、将来的にビジネスの現場で活用できる分析力と提案力を身につけることを目指します。

【科目の概要】

この科目では、経営戦略とマーケティングの基本概念を学び、学生同士の協働を通じて企業が競争優位を獲得するための戦略的な意思決定能力を養います。アクティブラーニング形式で、実践的なスキルを身につけることを目的としています。

【到達目標】

マーケティングの概要や必要性を学び、マーケティングとは何なのかを理解できる。様々なサービスや製品がどのようにして世の中に告知、認知され、利用や購入に至るのかを理解できるようになる。現在、自身の学んでいる技術を利用したサービスや製品が将来、社会に受け入れられるように今後の授業や実習に意識して臨めるようになる。

- A. 経営戦略とマーケティングの基本概念を理解する。
- B. 競争分析を通じて市場環境を把握する能力を養う。
- C. マーケティングミックスを活用した戦略的な意思決定を行うスキルを身につける。

【授業の注意点】

資料は紙およびデジタルデータで配布する。デジタルデータの場合は授業中に指定するサーバからのダウンロードとなる。授業に必要なスマートフォン、ペットボトルはカバンにしまうこと。私語を慎み、積極的に実習に参加すること。出席は授業時間開始時にのみ取る。遅刻は授業開始10分までを認め、それ以降は欠席となる。授業時間の4分の3以上出席しない者は評価対象外とする。

評価基準＝ルーブリック

ルーブリック評価	レベル5 優れている	レベル4 よい	レベル3 ふつう	レベル2 あと少し	レベル1 要努力
到達目標 A	経営戦略とマーケティングの基本概念を正確かつ深く理解し、具体例と結びつけて説明できる。	経営戦略とマーケティングの基本概念を正確に理解しており、基本的な具体例を交えて説明できる。	経営戦略とマーケティングの基本概念を概ね理解しているが、具体例と関連付けることにはやや課題がある。	経営戦略とマーケティングの基本概念について理解が浅く、具体例を用いた説明に困難がある。	経営戦略とマーケティングの基本概念についてほとんど理解できておらず、基本的な説明もできない。
到達目標 B	競争分析の手法を適切に使いこなせ、市場環境を多面的に把握・分析できる。	競争分析の手法を用いて、市場環境を大まかに把握・分析できる。	競争分析の基本手法を理解し、市場環境を部分的に把握できる。	競争分析の手法について理解が不十分で、市場環境を把握するための分析に課題がある。	競争分析の手法についてほとんど理解できておらず、市場環境を把握できない。
到達目標 C	マーケティングミックスを活用し、状況に応じた効果的な戦略を立案・説明できる。	マーケティングミックスを用いて、状況に応じた戦略の立案ができる。	マーケティングミックスの基本を理解し、戦略の概要を立案できる。	マーケティングミックスの理解が不十分で、戦略立案に課題がある。	マーケティングミックスについてほとんど理解できておらず、戦略を立案できない。
到達目標 D					
到達目標 E					

【教科書】

なし

【参考資料】

【成績の評価方法・評価基準】

プレゼンテーションの出来、および授業参加度、授業態度も評価に含まれる。

※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。

科目名		経営戦略とマーケティング			年度	2026
英語表記		Management strategy and marketing			学期	後期
回数	授業テーマ	各授業の目的	授業内容	到達目標＝修得するスキル	評価方法	自己評価
1	オリエンテーションとチームビルディング	経営戦略とマーケティングの概要説明、チームビルディング	1 経営戦略とマーケティングの理解	経営戦略とマーケティングの重要性や目的を説明できる	2	
			2 チームビルディングの重要性を理解	チームの目的に合わせて適切な役割分担を提案できる		
			3 授業の進行方法を把握	授業の全体像と進行方法について他者に説明できる		
2	売れるサービスの素案発表	各チームによるサービス案の発表とフィードバック	1 消費者ニーズに基づく発想	ターゲットニーズを踏まえたサービス案を提案できる	2	
			2 フィードバックの受け入れ	フィードバックを受け、サービス案の改善点を検討できる		
			3 意見の共有と議論	サービス案を説明し、他者と意見交換ができる		
3	スケジュール作成と市場調査	市場調査手法の説明と実施	1 スケジュール作成の基本	プロジェクトの目的に応じたスケジュールを作成できる	2	
			2 市場調査の方法と重要性	市場調査の基本的な手法を説明し、実施計画を立てられる		
			3 調査結果を基に評価・改良	調査結果を分析し、サービス案の改善点を提案できる		
4	サービスの具体化と企画書の作成	企画書作成のためのグループワーク	1 企画書の構成と具体化	企画書に必要な要素を説明し、基礎的な企画書を作成できる	2	
			2 チームでのアイデア共有	チームメンバーと協働し、具体的なサービス内容を構築できる		
			3 成果物の整理と表現	プレゼンテーションを見据え、論理的に内容を整理できる		
5	収支計算書の作成	収支計算書の作成に関するワークショップ	1 収支計算書の構造理解	収支計算書の各項目の役割を説明し、基礎的な収支計算ができる	2	
			2 サービスの採算性判断	サービス案の収益性を分析し、収支の改善案を提案できる		
			3 戦略的な意思決定力	収支計算をもとに、サービス案の実現可能性を評価できる		
6	マーケティングミックスの概念	マーケティングミックスを活用した戦略策定	1 4Pの理解と活用	4Pの各要素を活用し、マーケティング戦略を説明できる	2	
			2 4Pのサービス適用	自身のサービス案に4Pを適用し、戦略案を作成できる		
			3 戦略的アプローチ	競合分析に基づいた戦略案を提案できる		
7	ブランド戦略と国際マーケティング戦略	ブランド分析と国際戦略のグループワーク	1 ブランドの概念理解	ブランド戦略の基本要素を説明し、自身のサービス案に応用できる	2	
			2 国際戦略の基礎学習	ターゲット市場の特性を考慮した国際戦略を提案できる		
			3 競争優位性の理解	ブランドの差別化要素を示し、競争優位性を分析できる		
8	最終プレゼンテーションと相互評価	各チームの発表と相互評価	1 プレゼンテーションスキル向上	わかりやすく整理されたプレゼン資料を用意し、自信を持って発表できる	2	
			2 他チームの評価力養成	他チームのサービス案を客観的に評価し、建設的なフィードバックができる		
			3 自己評価と学びの振り返り	自身の取り組みを自己評価し、今後の成長に向けた改善点を見出せる		
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

評価方法：1. 小テスト、2. パフォーマンス評価、3. その他

自己評価：S：とてもよくできた、A：よくできた、B：できた、C：少しできなかった、D：まったくできなかった

備考 等