

科目名	マーケティング 1						年度	2026	
英語科目名	Marketing 1						学期	後期	
学科・学年	情報ビジネス科 1年次	必/選	選	時間数	30	単位数	2	種別※	演習
担当教員	安本和則	教員の実務経験		有	実務経験の職種		情報処理		

【科目の目的】

企業活動のうち、商品・サービスそのものの企画・開発・設計やブランディングから、市場調査・分析、価格設定、広告・宣伝・広報、販売促進、流通、マーチャンダイジング、店舗・施設的设计・設置、(いわゆる)営業、集客、接客、顧客の情報管理等に至る広い範囲においてのマーケティング手法を理解することを目標とする。

【科目の概要】

流通や商品化、顧客のニーズといったマーケティングの基本概念を知り、様々な業界の業態について学びます。

【到達目標】

- A. 企業活動においては、マーケティング活動が大変重要であることを理解し、主体的に知識を修得できている。
- B. マーケティングの基本となる専門用語について理解している。
- C. マーケティングにおける分析の重要性とその手法について理解している。
- D. マーケティングの基本的な戦略について理解している。
- E. 新製品・新サービスを開発するためのマーケティング手法について理解している。

【授業の注意点】

授業中の私語や受講態度などは厳しく対応する。理由のない遅刻や欠席は認めない。また、授業時数の4分の3以上出席しない者は試験を受験することができない。授業の進捗状況により内容が前後する場合もある。

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	マーケティングの重要性を理解し、日常生活においても主体的に取り組んでいる	マーケティングの重要性を理解し、主体的に取り組んでいる	マーケティングの重要性は理解しており、取り組みに主体性が出てきている	マーケティングの重要性は理解しているが、受動的な取り組みに留まっている	マーケティングの重要性を理解できず、主体的に取り組めていない
到達目標 B	マーケティングの基本用語を理解しており、事例を交えて説明できる	マーケティングの基本用語を理解しており、説明できる	マーケティングの基本用語を理解している	マーケティングの基本用語をおおよそ理解できている	マーケティングの基本用語をほとんど理解できていない
到達目標 C	マーケティングにおける分析手法を理解しており、事例を交えて説明できる	マーケティングにおける分析手法を理解しており、説明できる	マーケティングにおける分析手法を理解している	マーケティングにおける分析手法をおおよそ理解できている	マーケティングにおける分析手法をほとんど理解できていない
到達目標 D	マーケティングの基本戦略を理解しており、事例を交えて説明できる	マーケティングの基本戦略を理解しており、説明できる	マーケティングの基本戦略を理解している	マーケティングの基本戦略をおおよそ理解できている	マーケティングの基本戦略をほとんど理解できていない
到達目標 E	新製品開発のマーケティング手法を理解しており、事例を交えて説明できる	新製品開発のマーケティング手法を理解しており、説明できる	新製品開発のマーケティング手法を理解している	新製品開発のマーケティング手法をおおよそ理解できている	新製品開発のマーケティング手法をほとんど理解できていない

【教科書】

図解&事例で学ぶ マーケティングの教科書

【参考資料】

【成績の評価方法・評価基準】

試験、課題、小テスト等を総合的に評価する。

※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。

科目名		マーケティング1			年度	2026
英語表記		Marketing Method 1			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 ・マーケティングの基礎	マーケティングとは何かを自ら考えてみる	1 マーケティングとは	マーケティングを学ぶ意義を理解できた	3	
			2 必要性	企業におけるマーケティングの必要性を理解できた		
			3 市場と顧客	市場と顧客を創造することの意味を理解できた		
2	マーケティングの基礎	マーケティングの歴史と特徴を理解する	1 イメージの獲得	マーケティングの位置付けをイメージできた	3	
			2 発展の歴史	マーケティングの歴史と研究者を理解できた		
			3 進化	マーケティングは進化することを理解できた		
3	マーケティングの基礎	マーケティングミックスの考え方を理解する	1 4Pとは	4Pと考え方を理解できた	3	
			2 4Cとは	4Cの考え方を理解できた		
			3 4Pと4Cのミックス	マーケティングミックス (4P+4C) を理解できた		
4	マーケティングにおける分析手法	市場分析の必要性と手法を理解する	1 市場分析	市場分析の必要性を理解できた	3	
			2 様々な市場	B2BやB2Cなど、様々な市場の形態を理解できた		
			3 購買活動モデル	生活者の購買活動のモデル化を理解できた		
5	マーケティングにおける分析手法	顧客の購買活動を分析する手法を理解する	1 購買活動モデル	AIDMA等の代表的なモデルの特徴を理解できた	3	
			2 購買活動モデル	ネット時代の購買モデルAISASを理解できた		
			3 イノベータ理論	イノベータ理論を自己に当てはめて理解できた		
6	マーケティングにおける分析手法	自社の状況を様々な角度から分析する手法を理解する	1 SWOT分析	SWOT分析の意味を理解できた	3	
			2 PPM	プロダクトポートフォリオの意味を理解できた		
			3 ライフサイクル	商品のライフサイクルという考え方を理解できた		
7	マーケティングの基本戦略	基本戦略であるSTPについて理解する	1 STP	STPの概要と必要性を理解できた	3	
			2 セグメンテーション	セグメンテーション手法を理解できた		
			3 ターゲティング	ターゲティングの手法を理解できた		
8	マーケティングの基本戦略	マーケティングにおけるシェアの考え方を理解する	1 ポジショニング	ポジショニングの考え方を理解できた	3	
			2 競争地位分析	市場シェアとポジショニングの関係を理解できた		
			3 マインドシェア	マインドシェアという考え方を理解できた		
9	マーケティングの基本戦略	顧客満足と広告効果について理解する	1 期待不確認モデル	期待不確認モデルの構造を理解できた	3	
			2 CSとESの関係	サービスプロフィットチェーンの意味を理解できた		
			3 広告の効果	広告の絶対量と出稿量の関係を理解できた		
10	マーケティングの基本戦略	マーケティング手法の統合という考え方を理解する	1 手法の統合	マーケティング手法統合の考え方を理解できた	3	
			2 手法の統合	コミュニケーションミックスの考え方を理解できた		
			3 新製品開発	新製品開発のプロセスについて理解できた		
11	新製品開発のマーケティング	新製品開発とイノベーションについて理解する	1 イノベーション	3つのイノベーションについて理解できた	3	
			2 イノベーション	破壊的イノベーションについて理解できた		
			3 新商品開発の障壁	新商品開発における様々な障壁について理解できた		
12	新製品開発のマーケティング	事例研究を通して理解を深める	1 水平思考	ラテラルマーケティングの考え方を理解できた	3	
			2 事例研究	オフィスグリコの事例を理解できた		
			3 価格設定	価格設定の重要性と困難性を理解できた		
13	新製品開発のマーケティング	様々な価格設定手法を理解する	1 価格の弾力性	価格の弾力性とは何かを理解できた	3	
			2 価格設定手法	スキミングとペネトレーションについて理解できた		
			3 様々な価格設定	価格にも様々な種類があることを理解できた		
14	新製品開発のマーケティング	事例研究を通して理解を深める	1 サービスの分類	無形行為と有形行為について理解できた	3	
			2 サービスと時間	サービスは時間との勝負であることを理解できた		
			3 事例研究	スカンジナビア航空の事例を理解できた		
15	・新製品開発のマーケティング ・まとめ	マーケティングとは何かを考察する	1 業務の融合	サービス・ドミナント・ロジックを理解できた	3	
			2 危機管理	レッドオーシャン回避の重要性を理解できた		
			3 まとめ	マーケティングとは何かについて理解を深めた		

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