

科目名	マーケティング 2							年度	2026
英語科目名	Marketing Method 2							学期	前期
学科・学年	情報ビジネス科 2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		
<b>【科目の目的】</b> 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・施設の設計・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。									
<b>【科目の概要】</b> 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。									
<b>【到達目標】</b> A. マーケティング 1 の授業で修得した知識をもとに、近代的なマーケティング手法についても主体的に修得できている。 B. いまある商品やサービスを販売していくためのマーケティング手法について理解している。 C. ブランド戦略の重要性と、そのためのマーケティング手法について理解している。 D. Webマーケティングの特徴とその戦略について理解している。 E. 修得したマーケティングの基礎知識を、具体的な事例研究に活用できている。									
<b>【授業の注意点】</b> 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	近代的なマーケティング手法について、授業外でも主体的に取り組んでいる	近代的なマーケティング手法について、主体的に取り組んでいる	近代的なマーケティング手法について、取り組みに主体性が出てきている	近代的なマーケティング手法について、受動的な取り組みに留まっている	近代的なマーケティング手法について、主体的に取り組んでいない				
到達目標 B	いまある商品の販売戦略を理解しており、事例を交えて説明できる	いまある商品の販売戦略を理解しており、説明できる	いまある商品の販売戦略を理解している	いまある商品の販売戦略をおおよそ理解できている	いまある商品の販売戦略をほとんど理解できていない				
到達目標 C	ブランド戦略の重要性とその手法を理解しており、事例を交えて説明できる	ブランド戦略の重要性とその手法を理解しており、説明できる	ブランド戦略の重要性とその手法を理解している	ブランド戦略の重要性とその手法をおおよそ理解できている	ブランド戦略の重要性とその手法をほとんど理解できていない				
到達目標 D	Webマーケティングの特徴とその戦略を理解しており、事例を交えて説明できる	Webマーケティングの特徴とその戦略を理解しており、その手法を説明できる	Webマーケティングの特徴とその戦略を理解している	Webマーケティングの特徴とその戦略をおおよそ理解できている	Webマーケティングの特徴とその戦略をほとんど理解できていない				
到達目標 E	修得したマーケティングの知識を、具体的な事例研究に活用できる	修得したマーケティングの知識を、具体的な事例研究にある程度活用できる	修得したマーケティングの知識を、具体的な事例研究に活用できることもある	修得したマーケティングの知識を説明はできるが、事例研究には活用できない	修得したマーケティングの知識が乏しく、活用には至っていない				
<b>【教科書】</b> 図解&事例で学ぶ マーケティングの教科書									
<b>【参考資料】</b>									
<b>【成績の評価方法・評価基準】</b> 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 2			年度	2026
英語表記		Marketing Method 2			学期	前期
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 ・既存商品のマーケティング	顧客と市場の分析手法について理解する	1 第1～4章の復習	マーケティング1で学習した内容を再確認できた	3	
			2 市場と顧客の分析	ニーズと市場規模に応じた手法を理解できた		
			3 RFM分析	RFM分析の手法と活用方法を理解できた		
2	既存商品・サービスのマーケティング	顧客への個別対応のポイントを理解する	1 ダイレクト・マーケティング	ダイレクト・マーケティングの考え方を理解できた	3	
			2 一人の顧客対応	ワン・トゥ・ワン・マーケティングの考え方を理解できた		
			3 不快感を与えない手法	パーミッション・マーケティングを理解できた		
3	既存商品・サービスのマーケティング	顧客との関係構築の手法を理解する	1 信頼関係	CRMの手法と注意点を理解できた	3	
			2 さりげない手法	プロダクト・プレイスメントという手法を理解できた		
			3 社会貢献性	コズ・リレーテッド・マーケティングについて理解できた		
4	既存商品・サービスのマーケティング	RFM分析を実践して理解を深める	1 RFM分析演習	RFM分析の具体的な分析方法を修得できた	3	
			2 テーマ設定	RFM分析を行うためのテーマを設定できた		
			3 グループ・ディスカッション	グループ・ディスカッションによりRFM分析結果を考察できた		
5	既存商品・サービスのマーケティング	RFM分析の結果を活用したマーケティング施策を検討する	1 グループ・ディスカッション	分析結果をもとにマーケティング施策を検討できた	3	
			2 発表資料作成	ディスカッションの内容を資料にまとめることができた		
			3 発表準備	発表のための準備を整えることができた		
6	既存商品・サービスのマーケティング	分析・検討の結果のプレゼンテーションを実践する	1 グループ発表	発表を行い自分達の考えを伝えることができた	3	
			2 質疑応答	質疑応答により、考えを深めることができた		
			3 まとめ	マーケティング施策検討の難しさを実感できた		
7	ブランド戦略のためのマーケティング	企業におけるブランドのメリットを理解する	1 ブランドのメリット	ブランド戦略のメリットを理解できた	3	
			2 企業のメリット	企業経営上のメリットを理解できた		
			3 ブランドの種類	様々なブランドの種類について理解できた		
8	ブランド戦略のためのマーケティング	ブランドの構造とその価値を理解する	1 ブランドの階層	ブランドの階層構造について理解できた	3	
			2 ブランドの資産価値	ブランド資産とブランド負債を理解できた		
			3 ブランド価値の把握	ブランド・ピラミッドの考え方を理解できた		
9	ブランド戦略のためのマーケティング	顧客・社員とブランドの関係を理解する	1 事例研究	ソメサドルの事例研究を通して理解が深まった	3	
			2 社員とブランド	エンプロイヤー・ブランドの意味を理解できた		
			3 顧客ロイヤリティ	顧客ロイヤリティとパレートの法則の関係を理解できた		
10	ブランド戦略のためのマーケティング	ブランドの活用手法を理解する	1 顧客ロイヤリティ	顧客願望の分類と活用方法を理解できた	3	
			2 ブランド化の手法	様々なものやサービスのブランド化を理解できた		
			3 スポーツとブランド	スポンサーシップ・マーケティングを理解できた		
11	Webマーケティング	Webマーケティングの概要と特徴的な指標を理解する	1 基本的な指標	PV, UU, CVなどのWebマーケティング指標を理解した	3	
			2 情報提供の方法	インバウンドとアウトバウンドの違いを理解した		
			3 Web特有の手法	SEOとSMOという手法について理解できた		
12	Webマーケティング	顧客を通じた情報の拡散方法を理解する	1 拡散の仕組み	バイラル・マーケティングという手法を理解した	3	
			2 拡散の仕組み	バズ・マーケティングという手法を理解した		
			3 拡散の仕組み	アンバサダー・マーケティングの重要性を理解した		
13	Webマーケティング	Webマーケティングならではの仕組みや注意点を理解する	1 事例研究	スターバックスの事例研究を通して理解が深まった	3	
			2 違法マーケティング	ステルス・マーケティングの有害性を理解した		
			3 アフィリエイト	アフィリエイトの仕組みと特徴を理解できた		
14	Webマーケティング	事例研究を通してWebマーケティングの特性を理解する	1 焦燥感の利用	フラッシュ・マーケティングの仕組みを理解した	3	
			2 ネット特有のリスク	ネット社会特有のリスクの存在を理解できた		
			3 事例研究	チロルチョコの事例研究を通して理解が深まった		
15	・Webマーケティング ・まとめ	マーケティングの進化について考察する	1 事例研究	チロルチョコの事例のポイントを考察できた	3	
			2 020	020マーケティングの仕組みと特徴を理解できた		
			3 まとめ	マーケティングの進化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