

日本工学院専門学校	開講年度	2020年度（令和2年度）	科目名	マーケティング	
科目基礎情報					
開設学科	AIシステム科	コース名	—	開設期	前期
対象年次	2年次	科目区分	必修	時間数	30時間
単位数	2単位	開講時間		授業形態	講義
教科書/教材	図解&事例で学ぶマーケティングの教科書　マイナビ　シェルパ著　酒井光雄監修				
担当教員情報					
担当教員			実務経験の有無・職種		
学習目的					
マーケティングとは、「顧客が真に求める商品やサービスを作り、その情報を届け、顧客がその価値を効果的に得られるようにする」ための概念であり、顧客のニーズを解明し、顧客価値を生み出すための経営哲学、戦略、仕組み、プロセスを指す。 企業の販売活動におけるマーケティング手法を学び、企業が生み出す価値を決める「マーケティング戦略」を学ぶ。					
到達目標					
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。					
教育方法等					
授業概要	マーケティングの事例・実例をを示しながら授業を実施していく。授業内容によっては指示された内容の調査、まとめ、発表資料の作成を行い、クラス内での発表を行う。調査には各自ノートPCを使用する。調査、まとめ、発表は個人もしくはグループで実施する。				
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3/4以上出席しない者は定期試験を受験できない。				
評価方法	種別	割合	備　考		
	試験・課題	60%	定期試験中に試験を実施し、授業全体の理解度を確認する		
	小テスト	10%	授業内容の理解を確認する為に実施する		
	レポート	0%			
	成果発表 （口頭・実技）	20%	授業内で実施し、その内容を評価する		
	平常点	10%	積極的な授業参加度、授業態度を評価する		
授業計画（１回～15回）　１回（２）時間　※45分を1時間とする					
回	授業内容		各回の到達目標		
１回	マーケティングとは何か		マーケティングの必要性を理解し、説明できる		
２回	市場の分析と自社の分析(1)		GCPの環境に依存した状況で、機械学習のアルゴリズムの実装を行う。TensorFlowの実行環境を行う		
３回	市場の分析と自社の分析(2)		GCPの環境に依存した状況で、機械学習のアルゴリズムの実装を行う。TensorFlowの実行環境を行う		
４回	マーケティングの基礎戦略(1)		市場他に対する立ち位置やシェアについて理解し、説明できる		
５回	マーケティングの基礎戦略(2)		顧客の満足度や広告に関して理解し、説明できる		
６回	新製品・サービス開発マーケティング(1)		イノベーションや水平思考について理解し、説明できる		
７回	新製品・サービス開発マーケティング(2)		価格戦略について理解し、説明できる		
８回	新製品・サービス開発マーケティング(3)		サービスの展開について理解し、説明できる		
９回	いまある商品を売るマーケティング(1)		顧客開拓手法について理解し、説明できる		
１０回	いまある商品を売るマーケティング(2)		顧客との関係を築き、心を動かす手法を理解し、説明できる		
１１回	ブランド戦略のためのマーケティング(1)		ブランド価値について理解し、説明できる		
１２回	ブランド戦略のためのマーケティング(2)		顧客ロイヤリティやポートフォリオを理解し、説明できる		
１３回	Webマーケティングの基礎知識(1)		ネットの活用方法を理解し、説明できる		
１４回	Webマーケティングの基礎知識(2)		アフィリエイトについて理解し、説明できる		
１５回	Webマーケティングの基礎知識(3)		ネットのリスクやリアルとのつなぎ方を理解し、説明できる		