

¥	開講年度	2020年度(令和2年度)	科目名	経営戦略とマーケティング	
科目基礎情報					
開設学科	ITスペシャリスト科	コース名	システム専攻	開設期	前期
対象年次	3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&ジレ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	中西真也・兒玉奉恵		実務経験の有無・職種	有・システムコンサルタント	
学習目的					
技術者を目指す皆さんにマーケティングの知識は必要である。マーケティングの専門家になるわけではありませんが技術者であってもマーケティングの知識は必要である。いくら良いサービスや製品を提供してもそれが受け入れられなければ意味がありません。この科目では技術者として最低限知っておいて欲しいマーケティングに関する知識の習得を目指す。					
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。					
教育方法等					
授業概要	マーケティングの事例・実例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)		市場の分析手法を理解し、説明できる		
3回	市場の分析と自社の分析(2)		自社の分析手法を理解し、説明できる		
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		