日本工学院専門学校	開講年度	2020年度	科目名	マーケティング2	
科目基礎情報					
開設学科	情報ビジネス科	コース名	コース共通	開設期	前期
対象年次	2年次	科目区分	選択	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	毎回レジュメ・資料を配布する。参考書・参考資料等は、授業中に指示する。				
担当教員情報					
担当教員	大野田 和弘	実務経験の有無・職種	有・コンサルタント		
学習目的					
<p>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。</p> <p>「マーケティング1」をもとに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実践「マーケティング戦略」を学ぶ。</p>					
到達目標					
<p>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。</p>					
教育方法等					
授業概要	<ul style="list-style-type: none"> ■ライフ・ワークバランスの授業と連動しながら進めていく ■グループワークを中心にいき、それぞれの課題に対しての成果物（発表内容）を作成する 				
注意点	<p>この授業では、グループワークを中心に授業を行う。各グループメンバーがそれぞれ役割を持ち、協力し合いながら作業を進め成果物を完成させることを意識する。</p> <p>授業中の私語や受講態度などには厳しく対応する。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。</p>				
評価方法	種別	割合	備 考		
	試験・課題	0%	試験と課題を総合的に評価する		
	小テスト	0%	授業内容の理解度を確認するために実施する		
	レポート	0%	授業内容の理解度を確認するために実施する		
	成果発表 (口頭・実技)	50%	授業時間内に行われる発表方法、内容について評価する		
	平常点	50%	積極的な授業参加度、授業態度によって評価する		
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	マーケティング戦略とは何か	マーケティング戦略とは何かを理解できる（復習）			
2回	マーケティング戦略立案の4ステップ	マーケティング戦略立案の4ステップを理解できる（復習）			
3回	・内部・外部環境分析	マーケティング戦略立案の【内部・外部環境分析】を演習する			
4回	・ターゲットを定める	マーケティング戦略立案の【ターゲットを定める】を演習する			
5回	・提供する価値を定める	マーケティング戦略立案の【提供する価値】を演習する			
6回	・提供方法	マーケティング戦略立案の【提供方法】を演習する			
7回	手法とフレームワーク	手法とフレームワークをグループ演習する			
8回	マーケティング戦略の実践例①	マーケティング戦略の実践例①を演習する			
9回	マーケティング戦略の実践例②	マーケティング戦略の実践例②を演習する			
10回	マーケティング戦略の実践例③	マーケティング戦略の実践例③を演習する			
11回	演習課題取り組み①	演習課題取り組み①			
12回	演習課題取り組み②	演習課題取り組み②			
13回	演習課題取り組み③	演習課題取り組み③			
14回	演習課題取り組み④	演習課題取り組み④			
15回	発表会	グループで作成した成果物を発表できる			