

2021年度 日本工学院専門学校											
情報ビジネス科											
マーケティング2											
対象	2年次	開講期	前期	区分	選択	種別	講義	時間数	30	単位	2
担当教員	大野田 和弘			実務 経験	有	職種	コンサルタント				
授業概要											
<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。「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けるマーケティング手法を理解する。</p>											
授業方法											
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 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</li> <li>■ グループワークを中心にを行い、それぞれの課題に対する成果物(発表内容)を作成する</li> </ul>											
成績評価方法											
<p>成果発表 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 (口頭・実技) 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</p>											
履修上の注意											
<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。 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>											
教科書教材											
<p>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。</p>											
回数	授業計画										
第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)										
第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)										
第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										
第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										
第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										
第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										

2021年度 日本工学院専門学校	
情報ビジネス科	
マーケティング2	
第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
第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
第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
第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
第11回	演習課題取り組み①
第12回	演習課題取り組み②
第13回	演習課題取り組み③
第14回	演習課題取り組み④
第15回	発表会 グループで作成した成果物を発表できる