

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	種別	講義	時間数	30	単位	2
担当教員	安本 和則			実務 経験	有	職種	情報処理技術				

授業概要

「マーケティング1」で学んだことを基に、売れるしくみについて考えを掘り下げる。

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・設計やプランディングから、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。

授業方法

内容について説明、それに沿った問題を解き、解説しながら授業を進める。

成績評価方法

試験、課題、小テスト等を総合的に評価する。

履修上の注意

グループワークを中心に授業を実施する。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。

教科書教材

適時、プリントを配布する。

回数	授業計画
第1回	演習課題①取り組み(1)
第2回	演習課題①取り組み(2)
第3回	演習課題①取り組み(3)

第4回	演習課題①取り組み(4)
第5回	演習課題①発表
第6回	演習課題②取り組み(1)
第7回	演習課題②取り組み(2)
第8回	演習課題②取り組み(3)
第9回	演習課題②取り組み(4)
第10回	演習課題②発表
第11回	演習課題③取り組み(1)
第12回	演習課題③取り組み(2)
第13回	演習課題③取り組み(3)
第14回	演習課題③取り組み(4)
第15回	演習課題③発表