

2022年度 日本工学院専門学校											
A I システム科											
マーケティング											
対象	2 年次	開講期	前期	区分	必修	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	研修講師／コンサルタント				
担当教員紹介											
担当教員は、30年間、ICTビジネス系の専門学校に所属し、ICTの知識や技術、資格試験対策、マネジメント系の知識や演習などの講師経験を持つ。また、企業相談役・研修講師として、マネジメントや人財評価・育成などの研修を数多く経験している。さらに、異業種交流会や法人会、NPOの理事として、地域のビジネス活性化にも寄与している。											
授業概要											
マーケティングの理論、市場と自社の分析、マーケティングの基本戦略、新製品・サービス開発のマーケティング、既存商品のマーケティング、ブランド戦略のマーケティング、W e b マーケティングなどを、教科書を中心にプリント資料を活用して学習する。											
到達目標											
マーケティングの理論、市場と自社の分析、マーケティングの基本戦略、新製品・サービス開発のマーケティング、既存商品のマーケティング、ブランド戦略のマーケティング、W e b マーケティングなど、マーケティングの基本を理解する。											
授業方法											
・基本的には教科書を主体としてマーケティングの基礎知識を聴講・学習する。 ・テーマに準じた演習問題やケーススタディを通じてビジネス実践力も養う。											
成績評価方法											
・授業内容の学習の理解度を確認するために、随時課題を実施し、定期試験とともに総合的に評価する。 ・質疑応答や自発的発言など、積極的な授業参画度、授業態度も加味する。											
履修上の注意											
・一方的に講義を聴講するだけではなく、各自が教科書やインターネットや新聞、雑誌などの各種メディアから情報を入手し、思考を深める。 ・将来のICT社会をリードしていく立場として、課題に対する意見交換や提言を行う。 ・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。											
教科書教材											
図解&事例で学ぶマーケティングの教科書 シェルバ（著）酒井光雄（監修） マイナビ											
回数	授業計画										
第1回	第1章 マーケティングとは何か ガイダンス、マーケティングの理論、4Pと4Cを理解する										
第2回	第2章 市場の分析と自社の分析 市場分析、B2B、AIDA、AIDMA、AISAS、イノベーター理論、3C分析を理解する										
第3回	第2章 市場の分析と自社の分析 5F分析、PEST分析、SWOT分析、PPM、クープマンモデル、PLCを理解する										
第4回	第3章 マーケティングの基本戦略 STP、ポジショニングの4分類、市場シェアを理解する										
第5回	第3章 マーケティングの基本戦略 ハワードジェス・期待不確認モデル、ESとCS、DAGMAR理論などを理解する										

2022年度 日本工学院専門学校	
A I システム科	
マーケティング	
第6回	第4章 新製品・サービス開発 商品化プロセス、イノベーション、常識の壁、ラテラルマーケティングを理解する
第7回	第4章 新製品・サービス開発 販路、ゲーミフィケーション、価格戦略を理解する
第8回	第4章 新製品・サービス開発 サービス展開、真実の瞬間、SERVQUALモデル、サービスドミナントロジックを理解する
第9回	第5章 いまある商品売る マイクロマーケティング、RFM分析、ダイレクト・ワントゥワンマーケティングを理解する
第10回	第5章 いまある商品売る パーミッション・コーズリレーテッドマーケティング、CRMを理解する
第11回	第6章 ブランド戦略 ブランド価値、ナショナルブランド、レゾナンスピラミッドを理解する
第12回	第6章 ブランド戦略 顧客ロイヤリティ、ブランドポートフォリオ戦略、スポンサーシップマーケティングを理解する
第13回	第7章 Webマーケティング インバウンドマーケティング、SEO・SMO、バイラル・バズマーケティングを理解する
第14回	第7章 Webマーケティング アンバサダー・ステルス・フラッシュ・O2Oマーケティング、アフィリエイト、SNSを理解する
第15回	課題演習（または期末試験） ケーススタディを通して実務を理解する