

2022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	法人代表				
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。											
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。											
授業方法											
■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行い、それぞれの課題に対しての成果物（発表内容）を作成する											
成績評価方法											
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											
履修上の注意											
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。											
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。											
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										

2022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
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