

2022年度 日本工学院専門学校											
ITスペシャリスト科											
経営戦略とマーケティング											
対象	3 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	妹尾彩子			実務 経験	有	職種	IT研修、提案営業研修講師				
担当教員紹介											
通信回線事業者の外部講師として、15年間ネットワークサービス、セキュリティ関連商材の研修、提案営業研修の企画・登壇経験をもつ。											
授業概要											
1. 基礎知識の習得 経営戦略に関する基本的な考えや、マーケティングに関するフレームワークを学ぶ。 2. 企業研究 実在の企業を例に、1. で学んだフレームワークを使い、企業の経営戦略に関する理解を深める。											
到達目標											
経営戦略、マーケティングは社会人が身に着けるべき社会人基礎力の1つである。 近い将来社会に出るIS科3年生の学生にとって、経営戦略とマーケティングを学ぶことは、企業の経営の仕組みや、その企業のバリューチェーンなどを理解することに役立つ。 また、就職活動においても、より広範囲な視野で臨むことができるようになる。											
授業方法											
1. テーマごとに座学方式で講義を実施する。 2. テーマに即した課題に対して、調べたこと、学生が感じたことをレポート形式で課題として提出する。											
成績評価方法											
毎回講義内容に即したレポートの提出を課題とする。課題の内容を成績評価とする。											
履修上の注意											
授業中の私語や受講態度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。											
教科書教材											
なし											
回数	授業計画										
第1回	経営戦略とマーケティング 経営戦略とマーケティング戦略に関するキーワードの理解度を確認する										
第2回	標的市場 マーケティングの歴史、マスマーケティングと市場細分化、標的市場について理解する										
第3回	成長戦略 アンゾフの成長戦略を理解し、PPMと成長戦略の方向性について検討する										
第4回	事業多角化と企業ドメイン 事業多角化の基本的戦略と企業ドメインについて理解する										
第5回	市場データ分析 データの種類、データ収集の方法、消費者行動とマーケティングについて理解する										

2022年度 日本工学院専門学校	
ITスペシャリスト科	
経営戦略とマーケティング	
第6回	消費者行動分析 消費者行動分析について理解し、「ヒトがモノを買う理由」について洞察する
第7回	競争分析 競争分析について理解し、参入障壁戦略について提案する
第8回	流通分析 日本型流通システムの変遷、流通関係の変化について学ぶ
第9回	マーケティングミックス マーケティングミックスに関するキーワードを理解する
第10回	製品戦略 マーケティングにおける製品、製品ライフサイクル、ブランドマネジメントについて理解する
第11回	価格戦略 価格設定の基本方針、製品ミックスを考慮した価格対応について理解する
第12回	プロモーション戦略 プロモーション戦略の手法と効果を理解する
第13回	流通戦略 今日的な流通戦略、製販同盟について学ぶ
第14回	戦略的マーケティング① ポーターの基本戦略に基づく事例研究
第15回	戦略的マーケティング② ポジショニング別戦略に関する事例研究