

2024年度 日本工学院八王子専門学校											
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	種別	講義	時間数	30	単位	2
担当教員	木村悠貴			実務経験	有	職種	プランナー				
授業概要											
市場調査における効果的な情報収集の手段や収集した情報の分析手法を身につけます。											
到達目標											
マーケティングとは何か及び、重要性を理解できる。基礎的な分析手法について理解できる。											
授業方法											
マーケティングとは何なのか、その全体像と構成要素について講義形式で学ぶ。数値化可能なものと不可能なものを正しく認識し、適切な問題解決手法を見定められるように学習する。授業内容の理解度を確認するため、課題とテストを授業時間内に実施するものとする。											
成績評価方法											
各授業後に出される課題と、テスト、提出物を総合的に評価する。授業参加度、授業態度も評価に含まれる。											
履修上の注意											
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。授業に出席するだけでなく、社会への移行を前提とした受講マナーで授業に参加することを求める。ただし、授業時数の4分の3以上出席しない者は最終評価を受けることができない。											
教科書教材											
配布資料											
回数	授業計画										
第1回	企業活動におけるマーケティングとは何かを知る										
第2回	企業活動におけるマーケティング4Pとは何かを知る										
第3回	企業活動におけるマーケティングSTPとは何かを知る										

2024年度 日本工学院八王子専門学校	
A I システム科	
マーケティング	
第4回	企業活動におけるマーケティングSTPと3iモデルは何かを知る
第5回	コトラーが提唱する「マーケティング3.0」を知る
第6回	マーケティング・ミックスは4Pではなく4Cであることを知る
第7回	マーケティング4.0の「5Aフレームワーク」と具体的な消費者行動
第8回	マーケティング5.0を何かを知る
第9回	データドリブンマーケティングの事例を知る 1
第10回	データドリブンマーケティングの事例を知る 2
第11回	デジタルデータ利活用を知る
第12回	IoTとデータ利活用の全体像を知る
第13回	データ収集技術とウェアラブルデバイスを知る
第14回	マーケティング4.0のアプローチの特徴 オンライン体験とオフライン体験の融合を知る
第15回	デジタルマーケティングとWebマーケティングの違いを知る