

学科名	A I システム科
コース名	
授業科目	マーケティング
必選	必
年次	2年次
実施時期	前期
種別	講義
時間数	30
単位数	2
担当教員	大野田 和弘
実務経験	有
実務経験職種	研修講師／コンサルタント
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	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る
授業方法	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。
成績評価方法	以下の事項を総合的に評価する。 ・課題の提出状況、課題から判断する授業理解度、授業出席率、授業への参加態度
履修上の注意	・一方的に講義を聴講するだけでなく、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

授業計画	
第1回	ガイダンス（マーケティングとは何か）
第2回	市場の分析と自社の分析(1)
第3回	市場の分析と自社の分析(2)
第4回	マーケティングの基本戦略(1)
第5回	マーケティングの基本戦略(2)
第6回	新製品・サービス開発(1)
第7回	新製品・サービス開発(2)
第8回	新製品・サービス開発(3)
第9回	今ある商品売る(1)
第10回	今ある商品売る(2)
第11回	ブランド戦略(1)
第12回	ブランド戦略(2)
第13回	Webマーケティング(1)
第14回	Webマーケティング(2)
第15回	課題演習（または期末試験）