

科目名		マーケティング1							年度	2024	
英語科目名		Marketing 1							学期	後期	
学科・学年		情報ビジネス科 1年次		必／選	選	時間数	30	単位数	2	種別※	講義
担当教員		大野田 和弘			教員の実務経験		有	実務経験の職種		法人代表	
【科目の目的】											
この科目の目的は、商品・サービスの企画・開発からマーケティング戦略の構築、広告・販促、顧客情報管理までのマーケティング手法を広く理解し、グループワークを通じて実際の課題に対して解決策を考える能力を養うことです。											
【科目の概要】											
この科目では、広範なマーケティング手法について学びます。商品・サービスの企画・開発からブランディング、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、接客、顧客情報管理など、マーケティングの各段階における基本的なスキルや戦略を習得します。グループワークを中心に、実際の課題に対してチームで解決策を考え、発表の形で成果物を提出します。											
【到達目標】											
マーケティング手法の理解と適用 グループワークと協力能力 プレゼンテーションとコミュニケーションスキル マーケット調査と分析能力 マーケティング戦略の提案とブランディング											
【授業の注意点】											
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。											
評価基準＝ルーブリック											
ルーブリック 評価		レベル5 優れている		レベル4 よい		レベル3 ふつう		レベル2 あと少し		レベル1 要努力	
到達目標 A		幅広いマーケティング手法を深く理解し、適切なシーンで効果的に活用できる能力を持つ		幅広いマーケティング手法を理解し、基本的なシーンで適切に活用できる能力を持つ		一部のマーケティング手法を理解し、基本的なシーンで活用できる能力を持つ		マーケティング手法の一部の理解や活用が限定的であり、適切な活用が難しい		マーケティング手法の理解や活用が不十分であり、適切な活用ができていない	
到達目標 B		グループ内で主導的な役割を果たし、メンバーと協力してマーケティング課題に対する成果物を効果的に作成できる能力を持つ		グループ内で積極的に協力し、メンバーと協力してマーケティング課題に対する成果物を適切に作成できる能力を持つ		グループ内で一部協力し、メンバーと協力してマーケティング課題に対する成果物を作成できる能力を持つ		グループワークや協力が限定的であり、成果物の作成や連携が難しい		グループワークや協力が不十分であり、成果物の作成や連携が困難である	
到達目標 C		マーケティング戦略や成果物を論理的に整理し、わかりやすく説明するコミュニケーションスキルを持ち、効果的なプレゼンテーションが可能		マーケティング戦略や成果物を基本的に整理し、わかりやすく説明するコミュニケーションスキルを持ち、適切なプレゼンテーションが可能		マーケティング戦略や成果物を一部整理し、説明するコミュニケーションスキルを持ち、プレゼンテーションが可能		プレゼンテーションやコミュニケーションの論理性が限定的であり、説得力に欠ける		プレゼンテーションやコミュニケーションが不十分であり、論理性や説得力がない	
到達目標 D		マーケット調査の方法やデータ分析手法を深く理解し、適切なデータから有益な情報を抽出し、マーケティング戦略に活用できる能力を持つ		マーケット調査の方法や基本的なデータ分析手法を理解し、適切なデータから情報を抽出し、マーケティング戦略に活用できる能力を持つ		一部のマーケット調査方法やデータ分析手法を理解し、データから情報を抽出できる能力を持つ		マーケット調査やデータ分析の理解や抽出能力が限定的であり、情報の有益さや活用が難しい		マーケット調査やデータ分析の理解や抽出能力が不十分であり、適切な情報の抽出や活用ができていない	
到達目標 E		独自のマーケティング戦略やブランディングを創造的に提案し、戦略の妥当性やブランドの魅力を明確に説明できる能力を持つ		マーケティング戦略やブランディングを提案し、戦略の妥当性やブランドの魅力を説明できる能力を持つ		一部のマーケティング戦略やブランディングを提案し、戦略やブランドの魅力を説明できる能力を持つ		マーケティング戦略やブランディングの提案が限定的であり、戦略の妥当性やブランドの魅力が不明瞭である		マーケティング戦略やブランディングの提案が不十分であり、戦略やブランドの魅力を説明できていない	
【教科書】											
【参考資料】											
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。											
【成績の評価方法・評価基準】											
成果発表（口頭・実技）		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								
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								
※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。											

科目名		マーケティング 1				年度	2024
英語表記						学期	
回数	授業テーマ	各授業の目的	授業内容		到達目標＝修得するスキル	評価	備考
1	マーケティングの基本概念と重要性	マーケティングの基本的な概念と役割を理解する	1	マーケティングの定義	マーケティングの基本的な概念を理解する	3	
			2	4P (Product, Price, Place, Promotion) の概要			
			3				
2	マーケットリサーチと市場分析	マーケットリサーチの重要性を学び、市場分析の基本的な手法を理解する	1	マーケットリサーチのプロセス	マーケットリサーチと市場分析の方法を学ぶ	3	
			2	競合分析			
			3	SWOT分析			
3	商品・サービス開発とブランディング	商品・サービスの開発とブランディングの重要性を理解する	1	商品開発プロセス	商品・サービス開発とブランディングの考え方を学ぶ	3	
			2	ブランディング戦略			
			3	バリュープロポジション			
4	価格設定と価値戦略	価格設定と価値戦略の関連性を学び、適切な価格決定の方法を理解する	1	価格決定の要因	価格設定と価値戦略の概念を学ぶ	3	
			2	価値ベースの価格設定			
			3	価格戦略			
5	広告・宣伝・広報	広告・宣伝・広報の違いと重要性を理解し、効果的なコミュニケーション手法を学ぶ	1	広告の種類	コミュニケーション戦略の考え方を学ぶ	3	
			2	メッセージ戦略			
			3	プロモーション			
6	販売促進と流通戦略	販売促進と流通戦略の重要性を学び、商品の効果的な流通を考える	1	販売促進手法	販売促進と流通戦略のアプローチを学ぶ	3	
			2	チャネル戦略			
			3	供給チェーン管理			
7	マーチャンダイジングと店舗デザイン	マーチャンダイジングと店舗デザインの重要性を理解し、顧客体験を向上させる	1	商品陳列の原則	マーチャンダイジングと店舗デザインの手法を学ぶ	3	
			2	店舗デザインの考え方			
			3	顧客の視点			
8	営業と顧客対応	営業と顧客対応のスキルを向上させ、顧客との信頼関係を築く方法を学ぶ	1	営業プロセス	営業と顧客対応のスキルを磨く方法を学ぶ	3	
			2	顧客対応の基本			
			3	クレーム対応			
9	デジタルマーケティング	デジタルマーケティングの基本概念を学び、オンラインプレゼンスを構築する方法を理解する	1	ソーシャルメディア	デジタルマーケティングの基本的なアプローチを学ぶ	3	
			2	ウェブ広告			
			3	SEO			
10	グループワーク：新商品の企画とプレゼンテーション	学んだマーケティング手法を活用して、新商品の企画とプレゼンテーションを行う	1	新商品アイデアのブレインストーミング	マーケティング手法の実践とプレゼンテーションのスキルを統合する	3	
			2	プレゼンテーションの準備			
			3				
11	グループワーク：市場調査と競合分析の実施	実際の市場調査と競合分析を通じて、データ分析スキルを向上させる	1	市場調査の実施	マーケットリサーチとデータ分析の実践的なスキルを学ぶ	3	
			2	競合分析のレポート作成			
			3				
12	グループワーク：広告キャンペーンの企画とデザイン	効果的な広告キャンペーンの企画とデザインを行い、クリエイティビティと戦略を結びつける	1	広告キャンペーンのアイデアとデザイン	クリエイティブなアプローチと戦略的な考え方を統合する	3	
			2	メッセージ戦略			
			3				
13	グループワーク：マーチャンダイジングと店舗デザインの提案	マーチャンダイジングと店舗デザインの提案を通じて、顧客体験の改善を考える	1	商品陳列と店舗デザインの提案	顧客体験向上のための提案スキルを学ぶ	3	
			2	顧客視点の考慮			
			3				
14	グループワーク：デジタルマーケティング戦略の企画	デジタルマーケティング戦略の企画を行い、オンラインプレゼンスを強化する	1	ソーシャルメディア戦略	デジタルマーケティング戦略の企画とオンラインプレゼンスの強化を学ぶ	3	
			2	ウェブ広告の企画			
			3	オンラインコミュニケーション			
15	マーケティング 1 の総括と展望	マーケティングの学びを振り返り、将来のマーケティング活動につなげる	1	マーケティングのアプローチと将来の展望	マーケティングの総括と将来への展望を持つ方法を学ぶ	3	
			2				
			3				

評価方法：1. 小テスト、2. パフォーマンス評価、3. その他

自己評価：S：とてもよくできた、A：よくできた、B：できた、C：少しできなかった、D：まったくできなかった

備考 等