

学科名	情報ビジネス科
コース名	
授業科目	マーケティング2
必選	選
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	法人代表
授業概要	この科目では、商品・サービスの全ての側面にわたるマーケティング手法を幅広く学びます。企画・設計から販売までの各プロセスを網羅し、市場調査、価格設定、広告宣伝、販売促進などの戦略的アプローチを取り入れながら、実際のビジネス状況に適用します。
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けるマーケティング手法を理解することを目標とする。
授業方法	内容について説明、それに沿った問題を解き、解説しながら授業を進める。
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。

授業計画	
第1回	マーケティングの基本概念と重要性を理解する
第2回	商品やサービスの開発・設計とブランディングの方法を学ぶ
第3回	市場調査と分析の手法を学び、市場のニーズを把握する
第4回	効果的な価格設定戦略を学び、収益最大化を図る
第5回	広告、宣伝、広報の効果的な戦略を学び、メッセージを伝える
第6回	販売促進と流通戦略の方法を学び、効果的な販売を行う
第7回	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、売場の効果的な配置を学ぶ
第8回	効果的な営業スキルと顧客接点の方法を学び、信頼関係を築く
第9回	グループでマーケティング戦略を策定し、プレゼンテーションのスキルを磨く
第10回	グループで作成したマーケティング戦略を発表し、コミュニケーション力を養う
第11回	顧客情報の管理方法とデータ分析の重要性を学ぶ
第12回	ソーシャルメディアを活用したマーケティング手法を学び、オンラインプレゼンスを強化する
第13回	マーケティングの倫理と法律的な側面を理解する
第14回	マーケティングに関する知識をテストし、復習を行う
第15回	マーケティング2の学習成果を振り返り、将来への展望を考える