

科目名	マーケティング 2							年度	2025
英語科目名	Marketing 2							学期	前期
学科・学年	情報ビジネス科 2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・開発から販売促進までの広範なマーケティング手法を理解し、実践的なマーケティング戦略を構築する能力を身につけることです。学生は市場のニーズや競争状況を分析し、効果的なマーケティングプランを策定できるようになります。									
【科目の概要】 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】 商品・サービス企画の理解と適用 市場調査・分析の実施と活用 価格設定と競争戦略の構築 広告・宣伝・広報の展開と評価 販売促進とマーチャンダイジング									
【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	レベル4	レベル3	レベル2	レベル1				
	優れている	よい	ふつう	あと少し	要努力				
到達目標 A	商品やサービスの企画・開発・設計やブランディングに関する理解が深く、実際の事例に適用できる	商品やサービスの企画・開発・設計やブランディングに関する理解があり、実際の事例に適用できる	商品やサービスの企画・開発・設計やブランディングに関する基本的な理解があり、一部の事例に適用できる	商品やサービスの企画・開発・設計やブランディングに関する理解が限定的であり、適用に課題がある	商品やサービスの企画・開発・設計やブランディングに関する理解が不十分であり、適用がほとんど実現されていない				
到達目標 B	市場調査・分析を戦略的に実施し、得られた情報を効果的に活用して意思決定を行う	市場調査・分析を実施し、得られた情報を活用して意思決定を行う	市場調査・分析を基本的に実施し、一部の情報を活用して意思決定を行う	市場調査・分析の実施や情報の活用が限定的であり、意思決定に課題がある	市場調査・分析の実施や情報の活用が不十分であり、意思決定にほとんど寄与していない				
到達目標 C	適切な価格設定と競争戦略を策定し、市場環境に即した価格と戦略を実現する	適切な価格設定と競争戦略を構築し、市場に適した価格と戦略を実現する	価格設定と競争戦略の基本的な概念を理解し、一部の価格設定と戦略を実現する	価格設定や競争戦略の理解が限定的であり、市場適合性や実現性に課題がある	価格設定や競争戦略の理解が不十分であり、適切な価格設定や戦略の実現がほとんど実現されていない				
到達目標 D	広告・宣伝・広報の計画と展開を戦略的に行い、効果を適切な指標で評価する	広告・宣伝・広報の計画と展開を適切に行い、効果を評価する	広告・宣伝・広報の計画と展開を基本的に行い、一部の効果を評価する	広告・宣伝・広報の展開や効果評価が限定的であり、戦略性や評価方法に課題がある	広告・宣伝・広報の展開や効果評価が不十分であり、効果の測定や戦略の評価がほとんど行われていない				

到達目標 E	販売促進とマーチャンダイジングの戦略的な計画と実施があり、売上向上や商品陳列の効果を達成する	販売促進とマーチャンダイジングを適切に計画し、売上向上や商品陳列の効果を実現する	販売促進とマーチャンダイジングの基本的な理解があり、一部の計画や実施を行う	販売促進やマーチャンダイジングの理解が限定的であり、効果の達成や戦略の実現に課題がある	販売促進やマーチャンダイジングの理解が不足しており、効果の達成や戦略の実現がほとんど実現されていない	
【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 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						
※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 2			年度	2025
英語表記		Marketing 2			学期	前期
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	
1	マーケティングの基本概念	マーケティングの基本概念と重要性を理解する	マーケティングの定義		マーケティングの基本的な理解	
			4P (Product, Price, Place, Promotion) の紹介			
2	商品開発とブランディング	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	商品開発のプロセス		商品開発とブランディングのスキル	
			ブランディング戦略			
3	市場調査と分析	市場調査と分析の手法を学び、市場のニーズを把握する	市場調査の種類		市場調査と分析のスキル	
			データ収集と分析			
4	価格設定戦略	効果的な価格設定戦略を学び、収益最大化を図る	価格決定の要因		価格設定戦略のスキル	
			価格戦略の種類			
5	広告・宣伝・広報戦略	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	広告メディア		広告・宣伝・広報戦略のスキル	
			宣伝戦略			
			広報活動			
6	販売促進と流通戦略	販売促進と流通戦略の方法を学び、効果的な販売を行う	販売促進手法		販売促進と流通戦略のスキル	
			流通チャネルの選定			
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、売場の効果的な配置を学ぶ	マーチャンダイジングの原則		マーチャンダイジングと店舗デザインのスキル	
			店舗デザインの要素			
8	営業スキルと顧客接点	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	営業プロセス		営業スキルと顧客接点のスキル	
			顧客接点の重要性			
9	グループワーク：マーケティング戦略策定	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	グループワーク		グループワークとプレゼンテーションスキル	
			プレゼンテーション準備			
10	グループプロジェクトプレゼンテーション	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	グループプレゼンテーション		プレゼンテーションとコミュニケーションスキル	

11	顧客情報管理とデータ分析	顧客情報の管理方法とデータ分析の重要性を学ぶ	顧客データの収集と管理	顧客情報管理とデータ分析のスキル		
			データ分析手法			
12	ソーシャルメディアマーケティング	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	ソーシャルメディア戦略	ソーシャルメディアマーケティングのスキル		
			コンテンツ制作			
13	マーケティングの倫理と法律	マーケティングの倫理と法律的な側面を理解する	マーケティング倫理	マーケティングの倫理と法律に関するスキル		
			広告法			
14	小テストと復習	マーケティングに関する知識をテストし、復習を行う	小テスト	マーケティング知識の確認と復習		
			授業内容の復習			
15	マーケティング2のまとめと展望	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	マーケティング2の学習成果の発表	マーケティング知識の整理と展望の考察		
			将来の展望			
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						