

科目名	マーケティング論			科目コード	1110
開講学科	デザイン学科	単位数	4	形態	講義
教員名	木村正彦				
授業の目的及びテーマ					
<p>テクノロジーの進化が企業のマーケティング戦略と生活者の行動双方に大きな変化をもたらしている。企業が実行できるこれからのマーケティングとは理解して学習する。</p>					
授業概要					
<p>ポジショニング・コミュニケーション戦略・ブランド戦略・マーケティングリサーチなどマーケティング理論の基礎から応用まで体験的に学習する。</p>					
授業計画					
<p>第 1 回：マーケティング機能、戦略策定プロセス  第 2 回：環境分析と市場機会の発見  第 3 回：セグメンテーションとターゲティングの役割  第 4 回：ポジショニングの基本、検証、見直し  第 5 回：製品戦略、ライフサイクル  第 6 回：価格戦略、設定手法  第 7 回：流通戦略、流通チャンネル構築  第 8 回：コミュニケーション戦略と役割  第 9 回：ブランド戦略、ブランドエクイティ  第 10 回：ブランド戦略の立案、実行  第 11 回：マーケティングリサーチの意義  第 12 回：マーケティングリサーチのプロセス  第 13 回：顧客経験価値  第 14 回：BtoB マーケティング  第 15 回：BtoB マーケティングに期待する役割の変化</p>					
テキスト	「MBA マーケティング」グロービス 著 (ダイヤモンド社)		参考文献		
評価方法:					
<p>通信授業は提出課題 4 件を以って評価する。</p>					