

函館工業高等専門学校		開講年度	令和03年度 (2021年度)		授業科目	マーケティング	
科目基礎情報							
科目番号		0034		科目区分	一般 / 選択		
授業形態		授業		単位の種別と単位数	学修単位: 2		
開設学科		社会基盤工学専攻		対象学年	専2		
開設期		前期		週時間数	2		
教科書/教材		なし					
担当教員		平沢 秀之,佐藤 浩史					
到達目標							
マーケティングの基本を理解する。組織と市場の関係を理解する能力（D-1）を身に付ける。市場に影響する消費者と製品（商品）の価値を伝達できるように課題の抽出と解決に向けた思考を持てるようになることを目標とする。							
ルーブリック							
		理想的な到達レベルの目安		標準的な到達レベルの目安		未到達レベルの目安	
評価項目1		マーケティングの基本的な概念を理解し、それを実践にまで応用できる状態に計画できる		マーケティングの基本的な概念を理解している		マーケティングの基本的な考え方が理解できていない	
評価項目2		商品等の価値における課題を設定し、解決する方法を検討することができる		商品等における課題を設定し、解決する方法を検討することができる		商品開発における課題を設定し、解決する方法を検討することができない	
評価項目3		上記を体現し、実際に価値を創造できる		上記で設定した課題を解決するためのアクションプランが作成できる		実践的な応用がイメージできない	
学科の到達目標項目との関係							
学習・教育到達目標 (D-1) JABEE学習・教育到達目標 (D-1)							
教育方法等							
概要		マーケティングとはそもそもどのようなものか。何をするのか、結果として自分たちとの関係はなにか市場、環境、ビジネス、などの基本と実際を結び付け理解を促す。 企業と消費者の関係を知り、市場を創造できるように理解、手法、結果を利用できるようになる。					
授業の進め方・方法		基本的には、講義形式で進める。場合によっては、スマートホンやパソコン等の電子的な端末で講義中に調べ学習を行うこともある。スライドを表示し説明する。環境によっては、映像資料等で実際のマーケティングの現場を知る機会を提供することがある。					
注意点		スマートホン、パソコン等電子的な端末を講義で使える環境を整えておくことをすすめる。（現状優先） ノートは、紙媒体に限定せず、パソコン、タブレットの利用も可能とする。 テキストは基本使用しないが、講義中に参考図書など案内し、理解を深める案内をすることもある。 学習・教育到達目標の評価： 中間試験（D-1）50%、期末試験（D-1）50%					
授業の属性・履修上の区分							
☐ アクティブラーニング		☐ ICT 利用		☐ 遠隔授業対応		☐ 実務経験のある教員による授業	
授業計画							
		週	授業内容		週ごとの到達目標		
前期	1stQ	1週	マーケティングとは		自分の日常にマーケティングが意識されるようになること		
		2週	マーケティングの歴史と現在		経済社会の歴史的営みと現在の市場行動について脈絡を説明できること		
		3週	マーケティングの基本概念		ビジネスにおいてなぜマーケティングが必要か説明できること		
		4週	マーケティング戦略		戦略の基本を説明できること		
		5週	マーケティングと製品開発		製品、商品においてマーケティングが欠かせないことを説明できること		
		6週	マーケティングと価格		価格が価値であることを説明できること		
		7週	流通とマーケティング		モノが身近にあることの理由として流通に価値を見出してある状態になること		
		8週	中間試験				
	2ndQ	9週	消費者創造の広告		広告と消費者の結びつきを理解し現実には照らして説明できること		
		10週	ブランド、ブランディング		ブランドとはなにか、どのような意味を持つか説明できること		
		11週	消費者行動		消費者の行動、認知のメカニズムを説明できること		
		12週	消費者の意思決定		なぜ消費者がそれをするのか。行動の理由を説明できること		
		13週	地域とマーケティング		マーケティングが地域に欠かせなことを説明できること		
		14週	グローバル市場とマーケティング		グローバル市場、世界の消費者行動を概括的に説明できること		
		15週	期末試験				
		16週	答案返却				
モデルコアカリキュラムの学習内容と到達目標							
分類	分野	学習内容	学習内容の到達目標			到達レベル	授業週
評価割合							

	中間試験	期末試験	相互評価	態度	ポートフォリオ	その他	合計
総合評価割合	50	50	0	0	0	0	100
基礎的能力	50	50	0	0	0	0	100
専門的能力	0	0	0	0	0	0	0
分野横断的能力	0	0	0	0	0	0	0