

富山高等専門学校		開講年度	令和04年度 (2022年度)		授業科目	マーケティング論Ⅱ	
科目基礎情報							
科目番号	0129			科目区分	専門 / 選択		
授業形態	授業			単位の種別と単位数	履修単位: 1		
開設学科	国際ビジネス学科			対象学年	4		
開設期	後期			週時間数	2		
教科書/教材	適宜レジュメを配付する						
担当教員	田嶋 雄太						
到達目標							
(1) サービス・マーケティング, ブランド・マネジメントについて理解する。 (2) 価格戦略, 流通戦略, プロモーション戦略について理解する。 (3) 戦略的マーケティング, リレーションシップ・マーケティング, ソーシャル・マーケティングについて理解する。							
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	サービス・マーケティング, ブランド・マネジメントについて, 十分に詳しく理解できる。			サービス・マーケティング, ブランド・マネジメントについて, 理解できる。		サービス・マーケティング, ブランド・マネジメントについて, 理解できない。	
評価項目2	価格戦略, 流通戦略, プロモーション戦略について, 十分に詳しく理解できる。			価格戦略, 流通戦略, プロモーション戦略について, 理解できる。		価格戦略, 流通戦略, プロモーション戦略について, 理解できない。	
評価項目3	戦略的マーケティング, リレーションシップ・マーケティング, ソーシャル・マーケティングについて, 十分に詳しく理解できる。			戦略的マーケティング, リレーションシップ・マーケティング, ソーシャル・マーケティングについて, 理解できる。		戦略的マーケティング, リレーションシップ・マーケティング, ソーシャル・マーケティングについて, 理解できない。	
学科の到達目標項目との関係							
ディプロマポリシー 1							
教育方法等							
概要	1年次で学習した商学概論の関連科目としてとして位置づけ, 高等学校レベルのマーケティング基礎の内容を含めながらマーケティングの理論的基礎を理解し, 5年次の専門科目「マーケティング戦略論」における実践的な学習に接続する。したがって, 大学の経済・経営系学部における専門基礎として体系的な理論の理解を目的とする。						
授業の進め方・方法	講義形式で実施する。配付資料と視聴覚教材を活用し, 基礎的理論を現実社会における実態と照らし合わせた理解を図る。学習範囲の体系的な網羅性と専門基礎レベルを担保するため, 放送大学「マーケティング(21)」を講義の中心軸として設定する。講義では, 対教員, 受講者相互のディスカッションによる学びの高まりのために, 毎回レポートを作成し, その共有とレビューを行う。						
注意点	(1) 上の項目で示したように, ディスカッションと同様の学びを目標としている。そのため単なる受け身ではなく積極的で前向きな参加が求められる。 (2) 評価が60点に満たないものは, 願い出により追認試験を受けることができる。追認試験の結果, 単位の修得が認められた者にあつては, その評価を60点とする。評価方法及び評価基準は, 本試験と同じとする。。						
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			
後期	3rdQ	1週	ガイダンス ブランド・マネジメント (1)	ブランドとは何か, ブランドの価値構造とブランド類型について理解する			
		2週	ブランド・マネジメント (2)	ブランド・エクイティ, ブランド要素の選択, ブランドの管理について理解する			
		3週	価格戦略 (1)	価格の重要性, 価格戦略の目的について理解する			
		4週	価格戦略 (2)	価格設定への影響要因, 価格の設定, 価格適合戦略について理解する			
		5週	流通戦略 (1)	流通とは何か, 流通経路とマーケティング・チャネルについて理解する			
		6週	流通戦略 (2)	チャネルの構築, 管理, 変化について理解する			
		7週	マーケティング・コミュニケーション	コミュニケーション・プロセス, コミュニケーション・ミックス, プッシュ戦略とプル戦略について理解する			
	4thQ	8週	プロモーション戦略 (1)	広告, セールスプロモーションについて理解する			
		9週	プロモーション戦略 (2)	PR, パブリシティについて理解する			
		10週	戦略的マーケティング (1)	3つの戦略レベル, ドメイン戦略, BCGのPPMについて理解する			
		11週	戦略的マーケティング (2)	成長戦略, 3つの基本戦略, 競争地位別戦略について理解する			
		12週	リレーションシップ・マーケティング	顧客関係性と価値共創について理解する			
		13週	マーケティングと社会的責任	社会的責任の3つのレベル, 法令順守と倫理的行動, ソーシャル・マーケティングについて理解する			
		14週	マーケティングの新たな展開	コンテンツ・マーケティングやSNSマーケティングなど, 新たに提唱されているマーケティング理論について理解する			
		15週	期末試験	講義の理解度を確認する			
		16週	講義と試験結果の総括	講義の理解度と今後の課題を確認する			

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							
	試験	授業のまとめ	グループワーク	態度	ポートフォリオ	その他	合計
総合評価割合	70	0	0	0	0	30	100
基礎的能力	40	0	0	0	0	15	55
専門的能力	30	0	0	0	0	15	45
分野横断的能力	0	0	0	0	0	0	0