

富山高等専門学校		開講年度	令和03年度 (2021年度)	授業科目	マーケティング論Ⅱ		
科目基礎情報							
科目番号	0130		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	小林一・篠田勝之『マーケティング』実教出版2020						
担当教員	長谷川 博						
到達目標							
(1) マーケティングの基礎理論を体系的に学習する。 (2) マーケティング・コミュニケーションとプロモーションの基礎を理解する。 (3) 戦略的マーケティング、リレーションシップ・マーケティングを理解する。							
ループリック							
	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礎理論、とりわけコミュニケーション戦略について詳しく理解している。		マーケティングの基礎理論、とりわけコミュニケーション戦略についておおよそ理解している。		マーケティングの基礎理論、とりわけコミュニケーション戦略について殆ど理解していない。		
評価項目2	マーケティング・コミュニケーションとプロモーションの基礎について詳しく理解している。		マーケティング・コミュニケーションとプロモーションの基礎についておおよそ理解している。		マーケティング・コミュニケーションとプロモーションの基礎について殆ど理解していない。		
評価項目3	戦略的マーケティング、リレーションシップ・マーケティングについて詳しく理解している。		戦略的マーケティング、リレーションシップ・マーケティングについておおよそ理解している。		戦略的マーケティング、リレーションシップ・マーケティングについて殆ど理解していない。		
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	この科目の目的は、マーケティングの基礎理論を理解することにある。最初にマーケティング・コミュニケーションとプロモーション戦略の基礎について学習する。次いでサービス・マーケティング、戦略的マーケティング、リレーションシップ・マーケティングといった発展的なテーマについて学習する。						
授業の進め方・方法	この科目は、講義形式で実施する。配付資料や視聴覚教材を活用し、現実社会における実態と照らし合わせた理解を図る。講義では、受講者とのディスカッションを取り入れるために積極的な参加が要求される。						
注意点	(1) 視聴覚教材：講義の目的に合致する水準担保と学習範囲網羅を目的として放送大学の講義にその軸をおいて展開する。 (2) ディスカッション：講義に出席して得られた学びを各自レポートし、それに対するコメントと合わせ受講者で共有することによって、個々の学びをより高めることを目指す。						
授業の属性・履修上の区分							
<input type="checkbox"/> アクティブラーニング		<input type="checkbox"/> ICT 利用		<input type="checkbox"/> 遠隔授業対応		<input checked="" type="checkbox"/> 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	講義計画と評価方針	講義の目的と計画を理解する			
		2週	STP	マーケティングにおけるSTPについて理解する			
		3週	製品戦略	製品ミックス、PLCについて理解する			
		4週	サービス・マーケティング	サービスの特性、分類、品質について理解する			
		5週	ブランド・マネジメント (1)	ブランドの価値構造、類型、要素の選択について理解する			
		6週	ブランド・マネジメント (2)	ブランド・エクイティとブランドの管理について理解する			
		7週	価格戦略	価格戦略、価格設定、価格適合について理解する			
		8週	流通戦略 (1)	流通経路とチャネルについて理解する			
	4thQ	9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			
		10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・モデル、マーケティング・ミックスについて理解する			
		11週	プロモーション戦略	広告、セールスプロモーション、PR、パブリシティについて理解する			
		12週	戦略的マーケティング	PPM、3つの基本戦略について理解する			
		13週	リレーションシップ・マーケティング	顧客関係性について理解する			
		14週	マーケティングと社会的責任	ソーシャル・マーケティングについて理解する			
		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及到達目標							
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	ディスカッション	態度	ポートフォリオ	その他	合計
総合評価割合	40	30	30	100	基礎的能力	40	30