

富山高等専門学校		開講年度	令和04年度 (2022年度)		授業科目	マーケティング戦略論	
科目基礎情報							
科目番号	0170			科目区分	専門 / 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	国際ビジネス学科			対象学年	5		
開設期	後期			週時間数	2		
教科書/教材	必要に応じて教員よりレジュメ配布 / 参考教材:『マーケティング戦略』(有斐閣)『3訂版 図解よくわかるこれからのマーケティング』(同文館出版) など						
担当教員	田嶋 雄太						
到達目標							
・マーケティング理論の歴史的変遷と昨今の潮流について理解する。 ・マーケティングの基礎から応用までを体系的に理解し、実社会で実践的に使用できる手法を身につける。 ・社会人として必要な傾聴スキルやコミュニケーションスキルを醸成する。							
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	マーケティングについて、伝統的な理論から近年新たに提唱された発展的理論まで詳細に説明できる。			マーケティングについて、伝統的な理論から近年新たに提唱された発展的理論まで、概要を説明できる。		マーケティングについて、伝統的な理論、発展的理論ともに十分な説明ができない。	
評価項目2	企業が実務として実施しているマーケティング活動について、その仕組みや工夫を説明でき、自らの意見を交えて改善案の提案ができる。			企業が実務として実施しているマーケティング活動について、その仕組みや工夫を説明できる。		企業が実務として実施しているマーケティング活動について、理解が不十分で説明ができない。	
評価項目3	グループワークの中で、講義で会得した知見を積極的にグループへ還元し、率先して他者をけん引している。			グループワークの中で、講義で会得した知見を積極的にグループへ還元できる。		グループワークの中で、講義で会得した知見を積極的にグループへ還元できていない。	
学科の到達目標項目との関係							
教育方法等							
概要	4年次開講の「マーケティング論」で扱った学習内容を基礎とし、実生活や社会でマーケティングの手法を実践的に活用する方法を理解し、利用できるようになることを目的とする。 なお、この科目は、民間企業で実務経験のある教員が、その経験を活かし、実践的な見地から講義・グループワーク形式で授業を行うものである。						
授業の進め方・方法	前半は担当教員による講義を中心に、4年次の学習内容の復習と、より発展的なマーケティング理論について学ぶ。適宜外部の企業人事担当者や実務家の方からの講演の機会を設け、実際に学んだ内容がどのように活用されるか具体的なイメージを醸成する。 後半は、グループワークを中心に採用広告ブランディング業務の疑似体験を行う。本体験では、担当教員や企業人事担当者の方からのアドバイスをもとに、学習したマーケティングのフレームワークを用いながら、企業の課題を解決するためのブランディング施策を提案する。 (※外部講師の登壇については現段階での予定であり、都合によっては授業形式を変更する場合もある。)						
注意点	本科目では、60点以上の評価で単位を認定する。 評価が60点に満たない者は、願い出により追認試験を受けることができる。追認試験は、後半のグループワークに関連したレポートにて評価する。追認試験の結果、単位の修得が認められた者にとっては、その評価を60点とする。 講義・グループワークへの積極的な参加を期待するとともに、ご協力いただく外部講師の方への謝儀を忘れないこと。 なお、本科目は学修単位を得るため、60時間相当の授業時間外学習を求める。 (授業外学習・事前) 授業内容を予習しておくこと (授業外学習・事後) 授業内容の復習を行うこと、適宜指示するレポート等研究活動に取り組むこと						
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、マーケティングの基礎理論復習①		「マーケティング戦略論」の目的について理解できる。 。4年次に学習したマーケティングの基礎的な理論について、再度理解できる。		
		2週	マーケティングの基礎理論復習②		4年次に学習したマーケティングの基礎～応用的な理論について、再度理解できる。		
		3週	これからのマーケティング概説①		ニューノーマル時代の新しい環境分析やフレームワークの技法について理解できる。		
		4週	これからのマーケティング概説②		サブスクリプションモデルなど、新たなマーケティングミックス、4P+aについて理解できる。		
		5週	これからのマーケティング概説③		AISAS、VISASなど、クチコミやシェアの概念を包括した消費者行動モデルについて理解できる。		
		6週	マーケティングの新たな潮流		Z世代をターゲットにしたマーケティングや、SNSマーケティングなど新たな潮流について理解できる。		
		7週	マーケティングの実践講義		企業経営者による講演から、実践的な企業経営のノウハウ、マーケティングの考え方について学び、理解できる。		
		8週	半期振り返り		半期の学習内容について振り返り、未理解点を確実になくす。		
	4thQ	9週	ガイダンス、採用広告ブランディングについて		4Qの授業の取り組みについて理解できる。採用広告ブランディングの概観について理解できる。		
		10週	採用広告事例紹介・フレームワーク体験		実際の採用広告事例から、どんなマーケティング/ブランディング手法が用いられているか理解できる。		

		11週	企業人事の採用広告実践講義	企業の人事担当者の講演から、採用広告ブランディングを検討する上での注意点やノウハウについて理解できる。
		12週	グループワーク①	グループ別に担当企業を選定し、適切採用広告ブランディングを提案するための準備を行う。
		13週	グループワーク②	グループ別に担当企業を選定し、適切採用広告ブランディングを提案するための準備を行う。
		14週	グループワーク③	グループ別に担当企業を選定し、適切採用広告ブランディングを提案するための準備を行う。
		15週	採用広告ブランディング提案	グループ別に準備した内容のプレゼンを行う。
		16週	成績確認	プレゼン内容をもとに期末評価を行い、評価ポイントとともにフィードバックする。

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	レポート	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	0	20	80	0	0	0	100
基礎的能力	0	5	20	0	0	0	25
専門的能力	0	5	30	0	0	0	35
分野横断的能力	0	10	30	0	0	0	40