

科目名（英文表記）	マーケティングⅡ（市場志向経営） (Marketing II)		
科目区分	基礎科目	単位数	2 単位
担当教員名	猪口 純路	ナンバリング	MBA_C_MA 5221
研究室番号	3 1 1	研究室電話番号	2 7 - 5 4 9 7
Eメール・アドレス	inojun-u@res. otaru-uc. ac. jp		
授業の内容及び方法： 次頁以降に記載。各回における課題等の詳細はモジュール1にて説明。			
授業の目的： 顧客と競合で構成される市場を対象として、マーケティングに必要な知識をどのように生成するのか、またその知識を上手く利用するにはどうすれば良いのかについて、「市場志向」という理論を通じて学びます。より具体的には、以下の3点を重視しながら、授業を進めます。 ① <u>市場志向に関する理論</u> を学ぶ 代表的な理論や論点について、文献の予習、講義、クラス討議等を通じて、学修します ② <u>ケース分析と理論の解説による理論の現場への応用のトレーニング</u> ケース分析、グループ・ディスカッション、理論の解説を通じ、理論の現場への適用可能性や限界について議論し、理論を現場に応用する感覚をトレーニングします ③ <u>市場志向に関する調査と分析の演習</u> 市場志向に関する調査と統計的分析を行うことで、調査と分析の基礎を学ぶとともに、現場での問題発見や問題解決のためのトレーニングをします。なお、質問票の配布・回収、データ入力は、授業課題として授業以外の時間に行いますのでご注意ください。			
使用教材： 次回までの必読資料を、モジュールごとに配布予定です。			
成績評価の方法： ① 出席 10%、②各回の課題 20%、③授業への貢献度 15%（授業での有意義な発言や質問、グループ・ディスカッションへの参加度など）、④最終グループ・ワークへの貢献度 20%、④市場志向に関する調査レポート 35%、合計 100%として、90%以上を秀、80%以上 90%未満を優、70%以上 80%未満を良、60%以上 70%未満を可、60%未満を不可とします。			
履修上の注意事項： 5 時限以上欠席した場合、自動的に不可となります。			

授業の内容及び方法

モジュール 1		授業の目的共有 - 参加者の意見交換と授業の概略説明 -
事前準備	箇条書きで結構ですので、下記の点についてメモを作成・提出して下さい。 ① あなたにとって、「顧客志向」の高いイメージがある企業はどこですか？ ② それはどのような理由からですか？ ③ あなたの職場の顧客志向を高めるためには何が必要そうでしょうか？	
第 1 時 限	オリエンテーション	
本授業の参加者間での意識共有のために、担当教員および受講者の自己紹介と、授業目的、進め方、評価の方法についての説明を行います。		
第 2 時 限	「顧客志向」とは？	
多くの組織や企業において「顧客志向」の重要性が強調されていますので、それは受講者の皆さんにも馴染み深い言葉かもしれません。しかし、それが何を指すのかについては、職場によって異なることはもちろん、アカデミアとビジネスの間においても、十分には共有されていなさそうです。そこで、第2時限では、本授業における「顧客志向経営」についての基本的な考え方について、グループ討議を行ってイメージを共有し、次回以降のモジュールのテーマや論点との関連付けをおこないます。		
復 習	講義で取り上げた内容について理解を深めておいてください。	

モジュール 2		市場志向と顧客志向
事前準備	指定された課題レポートを作成してください。	
第 3 時 限	市場志向と顧客志向	
「市場志向」に関する理論の基礎について、顧客志向との関係も踏まえながら、クラス討議と講義を行います。		
第 4 時 限	市場志向の「成果」	
市場志向の「成果」とは何であると考えられるのか、それらに影響を与える要因としてはどのようなものが考えられるのかについて、クラス討議と講義を行います。		
復 習	講義で取り上げた内容について理解を深めておいてください。	

モジュール 3		「顧客の声」をどう聞くのか
事前準備	指定されたケースの分析レポートを作成してください。	
第 5 時限	市場情報の収集と生成	
<p>マーケティングの計画および実行において、「顧客の声」を聞くことが重要なことは言うまでもありません。しかし、より重要なのはその「聞き方」ではないでしょうか。そこで、第5時限では、「顧客の声の聞き方」について、講義およびクラス討議によるケース分析を行います。</p>		
第 6 時限	市場への向き合い方	
<p>「顧客の声の聞き方」は、市場に対する「見方」や「向き合い方」によっても異なりそうです。そこで、第6時限では、「市場の見方」のタイプについて、講義およびクラス討議によるケース分析を行います。</p>		
復 習	講義で取り上げた内容について理解を深めておいてください。	

モジュール 4		市場情報の共有と利用
事前準備	指定されたケースの分析レポートを作成してください。	
第 7 時限	市場情報の組織的共有	
<p>マーケティングの計画および実行を有効なものとするためには、市場から知識を生成するだけでなく、それらが組織内の関連する部門間で共有されることが重要そうです。そこで、第7時限では、市場から生み出された知識の組織的共有について、講義およびクラス討議によるケース分析を行います。</p>		
第 8 時限	市場情報の利用	
<p>市場から生み出された知識に基づくマーケティングを成果に結びつけるためには、その知識をどのように利用するか、その利用方法が重要そうです。そこで、第8時限では、市場情報の利用について、講義およびクラス討議によるケース分析を行います。</p>		
復 習	講義で取り上げた内容について理解を深めておいてください。	

モジュール 5		市場志向に関する調査と分析 I
事前準備	市場志向に関する調査について、対象候補および調査内容についてのラフ案、仮説についてレポートを作成・提出してください	
第 9 時限	調査計画と定性的調査の基礎	
<p>一般的なマーケティング・リサーチのプロセスの全体像と基本的な方法についての講義をおこない、グループ討議を通じて調査対象と調査内容の絞り込みをおこないます。また、マーケティング・リサーチにおける定性的方法の強みと弱み、具体的な方法について講義を行ないます。</p>		
第 10 時限	アンケート票作成の方法	
<p>アンケート票（質問票）作成の方法や注意点について講義を行います。その上で、マーケティング・リサーチで明らかにしたい仮説、およびその検証に必要なアンケート票作成のラフ案を作成してもらいます。</p>		
復 習	講義と討議を踏まえ、グループごとに定性調査の実施および質問票の完成をさせてください。なお、質問票の配布と回収、データ分析、結果報告の準備は、モジュール 8 までの課題となります。	

モジュール 6		市場志向に関する調査と分析 II
事前準備	グループごとに調査対象に関するプレ調査をおこなった上で、下記の点についてレポートを作成してください。 ①プレ調査に基づく仮説を考えてください。 ②またその際に必要となるアンケート票の質問項目を考えてください。	
第 11 時限	アンケート・データの分析方法	
<p>アンケート票によって収集されたデータの代表的な分析方法について講義をおこないます。</p>		
第 12 時限	データ分析の実際	
<p>市場志向に関する調査とそのデータ分析に関する具体例について講義を行います。また、第11時限で学んだ分析手法を前提として、グループ討議でアンケート票の再検討をおこなってもらいます。なお、このグループ討議の際に、本モジュールの事前課題で考えたプレ調査に基づく仮説の導出、想定クライアント企業に提案する戦略案に関する検討、それらのアンケート票への反映（必要となる質問項目の修正・追加・削除）をおこなってもらいます。</p>		
復 習	M5 と M6 の内容を踏まえ、M8 でのグループ報告へ向けてのスケジュール確認をしておいてください。より具体的には、実際の調査（アンケート票配布、回収、データ入力）、分析（データ分析およびその結果に基づく考察）、報告準備といった作業が想定されます。	

モジュール7		市場志向に関する調査と分析Ⅲ
事前準備	市場志向に関する調査について、	
第9時限	統計分析およびマーケティング戦略案のブラッシュ・アップ（1）	
<p>グループごとに想定クライアントに提案する戦略案のブラッシュ・アップを行なってもらいます。自分たちが提案したい戦略を支持するための適切な分析手法の選択、分析手順、分析結果が得られているかを確認します。</p>		
第10時限	統計分析およびマーケティング戦略案のブラッシュ・アップ（2）	
<p>第9時限で確認を行った分析手法の選択、手順、結果と提案すべき戦略案の整合性や論理性について、更なる検討及び必要に応じた修正を行います。</p>		
復習	講義と討議を踏まえ、グループごとに分析を完成させてください。	

モジュール8		市場志向に関する調査の分析結果プレゼンテーション
事前準備	市場志向に関する調査の分析結果をまとめ、グループごとにプレゼンテーションの準備を行ってください。	
第15時限	市場志向に関する調査の分析結果プレゼンテーション	
<p>グループごとに、アンケート調査の分析結果を報告してもらい、クラス討議を行います。</p>		
復習	グループでおこなったアンケート調査の分析結果に基づき、各個人で調査報告レポートを作成してください。	