

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 市場志向に関する理論を学ぶ

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 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

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 市場志向に関する調査と分析の演習

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、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%、⑤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、manabaにアップされている課題について、メモを作成・提出して下さい。
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、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	市場志向と顧客志向
	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、職場によって異なりそうです。また本講義のテーマである「市場志向」とは何か、「顧客志向」との相違はどこにあるのかといった点については、実務家、アカデミアの間においても、十分な合意があるとは必ずしも言えなさそうです。 そこで第2時限では、「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。
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	「顧客の声」をどう聞くのか
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	市場情報の収集とマーケット・インテリジェンスの生成
	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、顧客の声を「どのように聞くのか」です。顧客の声をただの情報とするのではなく、マーケティング意思決定に利用できるものとするためには、それなりの工夫が必要です。そこで、第3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。
第 4 時 限	市場への向き合い方
	「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4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。
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		マーケット・インテリジェンスの共有と利用
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 5 時 限	マーケット・インテリジェンスの組織的共有	
<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です。そこで、第5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 6 時 限	マーケット・インテリジェンスの利用	
<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です。そこで、第6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 4		マーケット・インテリジェンス生成のための調査と分析 I
事前準備	マーケット・インテリジェンス生成を目的とした調査と分析を行うにあたって、対象候補（業界と仮想クライアント）、調査目的、仮説、方法、内容についてのラフ案を作成・提出してください。	
第 7 時 限	調査案の作成	
<p>一般的なマーケティング・リサーチのプロセスと基本的な方法、定性調査と定量調査の強みと弱みについての講義をおこなった上で、グループ討議を通じて調査対象、調査内容、調査方法の絞り込みをおこないます。なおグループは、事前課題の仮想クライアントに基づき、猪口がグルーピングをします。</p>		
第 8 時 限	定性調査の方法	
<p>マーケティング・リサーチの方法の1つとして、インタビュー調査を中心に、定性調査の方法について講義とグループ演習を行います。</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		マーケット・インテリジェンス生成のための調査と分析Ⅱ
事前準備	調査対象に関する情報収集（インタビュー、観察、雑誌記事等の2次情報の収集、利用可能な社内データの整理など）をおこなってください。	
第9時限	ペルソナの作成	
<p>事前課題で収集した情報に基づき、想定クライアントは誰をコア・ターゲットにするべきかについてディスカッションをおこなうことで、コア・ターゲットの仮想像である「ペルソナ」を作成します。</p>		
第10時限	カスタマー・ジャーニー・マップの作成と新たな戦略の案出	
<p>作成されたペルソナは、仮想クライアントの製品・サービスとどのように出会い、興味を持ち、購入に至るのか、またその製品・サービスの利用の前後で、どのような経験をしているのかを、グループごとにカスタマー・ジャーニー・マップを利用して考えます。そして、そこで明らかとなった問題を解決するために、新たにどのような戦略が必要となるかを考えます。</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6		マーケット・インテリジェンス生成のための調査と分析Ⅲ
事前準備	<p>プレ調査とカスタマー・ジャーニー・マップを用いた分析に基づき、下記の点についてメモを作成して提出、授業に持参してください。</p> <p>①ペルソナの問題解決のために、どのような新戦略が有効だと考えられるか ②その戦略の有効性を示すためのアンケート項目（具体的な質問項目）</p>	
第11時限	アンケート票の作成	
<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>		
第12時限	アンケート・データの分析	
<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と演習をおこないます。各グループに統計分析ソフト（SPSS）をインストールしたPCを貸出し、過去のアンケート調査で収集したデータ・セットも提供しますので、そのデータを実際に分析しながら学びます。</p>		
復習	グループごとにアンケート票を完成させて、配布、回収、SPSSへの入力を行ってください。	

モジュール7		マーケット・インテリジェンス生成のための調査と分析IV
事前準備	アンケート票の回収およびデータ入力	
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		調査・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。	