

| | | | |
|--|---|---------|---------------|
| 科目名（英文表記） | マーケティング I（マーケティングマネジメント） （Marketing I） | | |
| 科目区分 | 基本科目 | 単位数 | 2 単位 |
| 担当教員名 | 近藤 公彦 | ナンバリング | MBA_B_MA 5111 |
| 研究室番号 | 328 | 研究室電話番号 | 27-5326 |
| Eメール・アドレス | kondo@res.otaru-uc.ac.jp | | |
| 授業の内容及び方法： 次頁以降に記載 | | | |
| 授業の目的： <p>マーケティングは、製品・サービスの提供を通じて顧客ニーズを充足し、競争優位を構築するための市場戦略であり、ビジネスにとって不可欠な機能である。本授業の目的は、マーケティングマネジメントの視点から企業の市場戦略を理論的かつ実践的に理解し、戦略の分析・策定に有用な概念や理論枠組みを習得することにある。その際、以下の2点に重点をおく。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. マーケティングの基本戦略として位置づけられる4つの戦略（製品戦略、価格戦略、流通チャンネル戦略、およびプロモーション戦略）に関する理論を体系的に習得する。 2. それぞれのテーマに則したケースを取り上げ、ディスカッションを通じてマーケティングの理論を実際の企業行動のなかで理解する。 <p>到達目標は、マーケティングに関わる理論、概念、フレームワークを正しく理解し、それを実践的に応用することで、理論に裏付けられた実践的なスキルと能力と習得することにある。</p> | | | |
| 使用教材： <ul style="list-style-type: none"> ・クロービス経営大学院編『グロービスMBAマーケティング（改訂4版）』ダイヤモンド社、2019年。 ・ケースはモジュールごとに指定する。 | | | |
| 成績評価の方法： <ul style="list-style-type: none"> ・出席率 10% ・授業への貢献度（ディスカッションへの参加度） 30% ・ケース分析レポート 30% ・試験 30% <p>評価に不服のある場合には、不服申立書により教務委員長に申し出ること。</p> | | | |
| 履修上の注意事項： <ol style="list-style-type: none"> ①5時限以上欠席した場合、自動的に不可となる。 ②やむを得ず欠席する際には、別途、課題を課す。 | | | |