

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	関 隆教（非常勤講師）	ナンバリング	MBA_B_MA 5111
研究室番号	なし	研究室電話番号	なし
Eメール・アドレス	tk-seki@hue.ac.jp		
授業の内容及び方法： 次頁以降に記載			
<p>授業の目的：</p> <p>マーケティングとは、端的に言えば「売れる仕組みをつくること」である。それは、顧客が欲しいと思う製品・サービスの提供を通じて、顧客ニーズを満たし、他社との差別化を実現する企業の市場戦略である。本授業の目的は、マーケティングの基礎的な理論や概念、分析枠組みを理解し、それらの知識を実践的に活用する能力を習得することにある。</p> <p>【授業の方法】</p> <p>具体的には以下の2点を中心に授業を進める。</p> <p>① マーケティングマネジメントの基本枠組みであるSTP（セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング）と4つの戦略（製品戦略、価格戦略、流通チャネル戦略、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。</p> <p>② 学習した理論に対応したケースを取り上げ、その分析とディスカッションを通じて、知識の体得と分析力の向上を目指す。</p> <p>【到達目標】</p> <p>マーケティングの基礎的な理論、概念、フレームワークを正しく理解し、ビジネスプランニングやケーススタディに有用な、理論に裏付けられた実践的なスキルと能力を習得することである。</p>			
<p>使用教材：</p> <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。 ・補足資料がある場合はその都度配布する。 ・ケースはモジュールごとに指定する。 			
<p>成績評価の方法：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 授業への貢献度（プレゼンテーション、質疑応答） 30% ・ ケース分析レポート 40% ・ 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>			
<p>履修上の注意事項：</p> <p>5 時限を超えて欠席した場合、自動的に不可となる。</p>			