

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		
<b>授業の内容及び方法：</b> 次頁以降に記載			
<p><b>授業の目的：</b></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><b>【授業の方法】</b></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><b>【到達目標】</b></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><b>使用教材：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・補足資料がある場合はその都度配布する。</li> <li>・ケースはモジュールごとに指定する。</li> </ul>			
<p><b>成績評価の方法：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 授業への貢献度（プレゼンテーション、質疑応答） 30%</li> <li>・ ケース分析レポート 40%</li> <li>・ 試験 30%</li> </ul> <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><b>履修上の注意事項：</b></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>			