

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：**マーケティングⅠでの学修をベースに、マーケティング意思決定に必要な知識生成、その知識活用の方法について、「市場志向」という理論を通じて学びます。新たなニーズ創造を伴うマーケティング意思決定は、優れて経営者の判断が求められることから、アントレプレナーに必須の能力です。また、アンケート調査や統計分析といったテクニカルな知識や経験は、実務はもとより、本専攻でのビジネス・ワークショップ、リサーチ・ペーパーでも活用が期待できます。具体的には、下記の3つを中心に、授業を進めます。

- ① **市場志向に関する理論；**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い、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。

**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各回の課題 20%、②授業への貢献度 20% (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)、③最終プレゼンテーション 10%、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 30%、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時限を超えて欠席した場合、自動的に不可となります。

アンケート・データの収集と入力、グループによる事前・事後課題として授業外でおこなうこととなりますので、ご承知おきください。