

シラバス/Syllabus

■ 授業情報/Course Information

授業コード/Class code	97153002	開講キャンパス/Campus	大阪梅田キャンパス/Osaka Umeda Campus	
授業開講年度/Academic Year	2026年度	オンライン授業60単位制限対象科目 The 60-credit limit for online courses		
管理部署/Administrative Department	経営戦略研究科/Institute of Business and Accounting			
【科目ナンバー】授業名称 【Course Number】Class Title	【550】マーケティング・マネジメント 2/Marketing Management			
単位数/Credit	2	履修期/Term	秋学期前半集中/Intensive (Fall 1st Half)	曜日/Day and Period
担当者/Instructor	小川 進(OGAWA SUSUMU)			
履修基準年度 Standard Year for Registration	1年			
履修登録方法 Types of course registration	申込制			
主な教授言語/Language of Instruction	日本語/Japanese			
授業形態 Course Implementation Format	同時双方向型オンライン授業科目/Online format: Simultaneous and two-way			
授業目的/Course Purpose	本講義では受講生が「営利企業」の活動におけるマーケティングの役割を理解でき、実践できるようになることを目的とする。具体的にはマーケティングの基本要素である顧客価値、STP(市場細分化、標的化、ポジショニング)、顧客満足と顧客ロイヤルティ、マーケティング・ミックスの最適決定を経営管理の観点から考察する。理論フレームやツールの学習だけでなく、利用者の意識のレベルまでを問題として授業を進める予定である。			
授業目的(英文) Course Purpose	Through this course, students can master the knowledge of understanding fundamental framework of marketing management and obtain skills of analyzing marketing cases and solving the issues of the cases.			
到達目標/Learning Goals	受講生が具体的に身に着ける能力は、経営者視点から顧客価値、STP(細分化、標的化、ポジショニング)、顧客満足と顧客ロイヤルティ、マーケティング・ミックスの最適決定について理解し、実践できることである。			
到達目標(英文) Learning Goals	The learning goals of the course include analyzing marketing management cases and solving the issues of the cases.			
授業の概要・背景 Course Outline	上に記述している通り、「営利」組織に勤務する学生に向けた内容になっているため、履修の際にはその点を特に留意すること。また、この「マーケティング・マネジメント」の講義は5日間の集中講義となります。短期間に多くの図書をよんでいただくこととなりますのでシラバスを事前に見て、課題図書は講義がはじまる週よりまえに読んでおくようにしてください。講義前には課題図書はすべて読了していることが前提となります。読んでいないことがわかった時点で講義からの退出をお願いすることとなりますのでその点をご了承ください。また、事前レポート(5日分)と講義が終わった日に事後レポート(4回)を提出していただきます。事前レポートはワードファイルでA4、1枚以内の内容で課題図書を読んだうえで、「集中講義自体が始まる前日(つまり水曜日)昼12:00までに」「5日間にそれぞれの5日分、すべて」の提出を終了しておくことを講義出席の条件とします。集中講義開始前日12:00までに事前課題「5日間分、すべての」提出が完了していないと講義への参加を許可できませんので、くれぐれも注意してください。事後レポートは講義は21:50(3回目と4回目は土日のため異なる)に終了しますが、当日の23:59(土日にあたる3回目と4回目は22:59)までに「自社事例に具体的に紐づけた」気づき、学びをワードファイルでA4、1枚以内で提出していただきます。レポートの送付先は39strategy@gmail.comです。事前レポート(1, 2, 3, 4, 5日目)はすべて提出してください。事前レポートの提出はすべてのものを提出することが(当日、欠席する場合があっても)単位取得のための最低条件となりますので注意してください。事後レポートも1日目から4日目まで毎日、その日に提出していただき、それが成績評価のもととなりますので、注意してください(当日、講義を(オンラインでの参加もできず)欠席されますと、講義動画はその日にアップされませんので、事後レポートを提出することができなくなりますのでこちらもご注意ください。			
授業方法 Course Format	フルオンラインで授業を実施する予定である。授業は平日は毎回2コマを一つの単位として、土日は基本的には4コマを一つのセットとして進める。前半は前回の講義の振り返り、後半は受講者と対話形式の講義で当日のトピックを読み解いていく。なお課題図書とケース(実際の講義では)変更する可能性がある。(最終日を除く)毎回、講義の内容について事後のレポート(必ず自組織に紐づけたもので記述してもらいます。それ以外は不可ですので注意してください)を当日内に提出してもらうことを前提とし、また講義当日、事前の課題図書を読了していないことが分かった場合、授業から退出してもらうことになるので注意してもらいたい。加えて履修者のバックグラウンドを理解したうえでの講義とするため、集中講義開始前に自身の自己紹介、勤務先、従事している仕事についてメールで39strategy@gmail.comまで連絡してもらうことになりますので忘れないでください。			
関連科目/Related Courses	マーケティング戦略			
検索キーワード/Keywords	顧客価値、セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング、顧客満足、顧客ロイヤルティ、マーケティング・ミックス			

	授業計画 Topic	授業外学修 Study Required Outside Class
第1回 Session 1	イントロダクション: マーケティングの定義と全体像(前半) マーケティングとはどのようなものかについて説明し、全体像を紹介する。	Zoomミーティングで時間割の時間どおりにリモート授業を行います。以下の回も同じです。授業開始の1週間前にはZoomミーティングの招待状をLUNAにコピーします。1日目はマーケティングの定義について講義します。課題図書として延岡健太郎『キーエンス 高付加価値経営の論理』日本経済新聞社の1章について議論しますので必ず事前に読んで講義に参加してください。事前課題は自社の過去3年について、売上総利益率(総利益(粗利益)を売上でわったもの)営業利益率(営業利益を売上で割ったもの)、経常利益率(経常利益を売上でわったもの)、税引き前当期純利益率(税引き前当期純利益を売上でわったもの)を調べて、表(エクセル)にまとめて提出すること(A4、1枚以内)。自組織の数字が手に入らない学生はキーエンス、三菱電機、NEC以外の上場企業を1社選んで上の4つの数字を表にまとめて提出すること。
第2回 Session 2	イントロダクション: マーケティングの定義と全体像(後半) マーケティングの根底にある考え方について紹介する。	
	マーケティングの特徴: マーケティングでの支出の性格について説明する。	2日目はマーケティングの特徴と優先順位について講義します。小川進『はじめてのマーケティング』千倉書房を「必ず」最初から最後まで事前読んで内容を理解しておいてください。事前課題は『はじめてのマーケティング』について2つの課題について記述してください。一つ目が4ページにある「同じ支出」であっても(例えば同じ夜間営業にかかる支出(電気代)であっても「単なる費用」と考えている場

第3回 Session 3		合と「顧客創造に直接影響する支出」と考えている場合の事例を課題図書以外の例以外で一つ見つけて紹介し、そう考えた理由を記述してください。もう一つは14ページから17ページについて、「(ライバルより)上手にできているという理由でそのことを続け(あるいは強化し)てしまい、そのことかえって顧客からの支持を失ってしまっている事例」の一つ見つけて紹介し、その事例をとりあげた理由を含めて記述してください。二つの課題についてA4、1枚以内にまとめて提出してください。
第4回 Session 4	マーケティングの優先順位:マーケティングが他の機能とは違う優先順位を持つことを説明する。	
第5回 Session 5	顧客価値:マーケティングが創造する顧客価値の中身について説明する。	3日目は顧客価値について講義します。事前課題はSheth et al (1991)Journal of Business Researchの論文(下にファイルで添付済み)で、下にファイルで共有しているので講義前に読んで論文全体の内容を「事前」レポートとしてA4、1枚、ワードファイルにまとめて39strategy@gmail.comまで送ってください。事前の提出がない方は講義へのサインインは許可できませんので注意してください。英文の論文なので事前に余裕をもって読んでおくことを強くお勧めします。また佐藤、中沢、延岡の著書のシラバスで指定している該当箇所について読んでおくことが前提で講義を進めますので、こちらも事前に余裕をもって読了しておくようにしてください。読んでいないことが分かった場合、講義から退出していただくこととなりますので注意してください。
第6回 Session 6	顧客価値の実際:佐藤潤『ヤッホーとファンたちとの全仕事』”てんちよ”からごあいさつ、9章と中沢『星野リゾートの教科書』70-85ページ。延岡『キーエンス』2章と5章	佐藤潤、中沢、と延岡の該当箇所を事前に読んでおくこと。
第7回 Session 7	STP:S (Segmentation), T (Targeting), P (Positioning)について説明する。	
第8回 Session 8	STPの実際について具体的事例を通じて議論する。	
第9回 Session 9	マーケティングと消費者行動:マーケティングに役立つ消費者行動論について説明する。	
第10回 Session 10	製品革新と普及:製品革新の源泉の多様性と普及過程について説明する。	4日目の事前課題は、2つあります。一つ目は課題図書の小川『ユーザーイノベーション』を事前に読んでください。この本は紙版は絶版になっていますので電子版で読むようにしてください。そのうえで『ユーザーイノベーション』を読んだ書評(アマゾンコメント欄のような内容のもの)をワードファイルA4,1枚以内にまとめて提出してください。2つ目の事前課題はByron Sharp et al (2019)に書かれている内容(ファイルはダウンロードできるようにします)をワードファイルA4、1枚以内にまとめて提出してください。
第11回 Session 11	顧客満足と顧客忠誠:需要の拡大再生産に向けた顧客満足・顧客忠誠について説明する。	
第12回 Session 12	顧客満足と顧客忠誠の実際:佐藤『ヤッホーとファンたちとの全仕事』Sharp et al.(2019) “Marketing’s 60/20 Pareto Law.”	佐藤潤の著書の最初から最後までを事前に読んで講義に出席してください。読んでいないことがわかった時には講義から退出していただきますので注意してください。事前課題は佐藤潤の課題図書の中でどの章が自分にとって最も学びがあったか、それはどのような学びや気づきであったかを記述して提出してください。
第13回 Session 13	マーケティング・ミックス:マーケティング・ミックスとしての4P (4C)を説明する。	5日目の事前課題は、小川進『はじめてのマーケティング』の32-35ページを読んで(以前、読まずにネットで4Cを調べてレポートを提出した人がいましたが必ず、課題図書を読んでください。ネットの説明が同じだとは限りません)、自社事業について4Cを使って説明し、4Cが一貫性を持ったものになっているかをあわせて評価し、記述したものを提出してください。事後課題は4日目までとなります。この日の講義後は事後課題はありません。
第14回 Session 14	これまでの振り返り	

授業外学修 Study Required outside Class	1回3時間の授業につき予習が4時間、復習が2時間、最低限必要。
---------------------------------------	---------------------------------

教科書/Required texts	<p>著者名:小川進 タイトル:はじめてのマーケティング 発行所:千倉書房 出版年:2016 ISBN:978-4-8051-1095-9</p> <p>著者名:恩蔵直人 タイトル:マーケティング 第2版 発行所:日経BPマーケティング 出版年:2019 ISBN:978-4-4532-114046</p> <p>著者名:中沢康彦 タイトル:星野リゾートの教科書 発行所:日経BP 出版年:2010 ISBN:978-4-8222-6411-6</p> <p>著者名:佐藤潤 タイトル:18年連続増収を導いたヤッホーとファンたちとの全仕事 発行所:日経BP 出版年:2021 ISBN:978-4-296-10996-8</p> <p>著者名:小川進 タイトル:ユーザーイノベーション(電子版) 発行所:東洋経済新報社 出版年:2013 ISBN:978-4-492-53335-2</p> <p>著者名:延岡健太郎 タイトル:キーエンス 高付加価値経営の論理 発行所:日本経済新聞社 出版年:2023 ISBN:978-4-296-11740-6</p>
学生による授業評価の方法 Course Evaluation by Students	授業中。
学位授与の方針との関連 Relationship to Diploma Policy	各授業科目は、各学部・研究科の定めるディプロマ・ポリシー(DP)・カリキュラム・ポリシー(CP)に基づき、カリキュラム上に配置されています。DP・CPを意識して本授業科目の学修を進めることで、各学部・研究科の期待する能力が養成されます。各学部・研究科のDP、CPや教育課程表(授業科目一覧等)は、下記リンクこちらに掲載していますので学修計画の参考にしてください。 https://kwic.kwansei.ac.jp/cabinet/reference?typeCd=0&cabintId=557&directLink=1 ※kwicへのリンクとなります(在学生のみ閲覧可)

	種別 Type	割合 Percentage	評価基準等 Grading Criteria etc.
成績評価 Grading	平常レポート/Individual reports(04)	80%	平常レポート
	授業への参加度(自発性、積極性、主体性、等)/In-class participation,contribution(09)	20%	講義での発言(回数より質)
	備考 Note 事前課題レポート5日分を「すべて」、集中講義開始1日目の前日12:00までに提出していることが講義への参加許可の条件であり、成績評価の前提であること、および課題図書の前読了、事後レポートが提出されていない場合、当該講義を欠席扱いとすることを注意すること。成績の評価は5日間それぞれに求められている事前レポートの提出をしたうえでの提出されたすべての事後レポートを通して行う。		
添付ファイル1/File Attachment 1	Sheth (1991)Why_We_Buy_What_We_Buy_A_Theory_of_Con su.pdf	説明1/Explanation 1	3日目の教材です。論文全体で書かれている内容をワードファイルA4, 1枚に要約して事前レポートで小川に提出していただきます。
添付ファイル2/File Attachment 2	Sharp et al.(2019).pdf	説明2/Explanation 2	5日目の教材です。論文全体で書かれている内容をワードファイルA4, 1枚に要約して事前レポートで小川に提出していただきます。
更新日時/Date of Update	2026年02月12日 09時38分40秒		

■ 教室情報/Classroom Information

項番 No.	履修年度 Year	開講期 Term Offered	曜時 Day and Period	使用開講期 Term for Classroom Use	教室情報 Classroom
1	2026年度	秋学期前半集中/Intensive (Fall 1st Half)	集中・その他/Concentration/	秋学期前半集中/Intensive (Fall 1st Half)	OC1406