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	2024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)	曜時/Day and Period	集中・その他／Concentration/Other
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	本登録				
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/Online format: Simultaneous and two-way				
授業目的/Course Purpose	本講義では受講生が企業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.				
授業方法 Course Format	フルオンラインにて授業を実施する予定である（1回目の講義は対面で行う可能性がある。その場合は事前にLUNAのお知らせで通知する）。授業は毎回2コマを一つの単元として進める。前半は前回の講義の振り返りを中心として後半は学生と対話しながらの講義を行う。なおケースは変更する可能性がある。毎回、課題図書に対する事後のレポートを当日中に提出してもらうことになる。事前に課題図書を読了していないことが授業中わかった場合は授業から退出してもらうことになるので注意すること。事後レポートの未提出、課題図書の事前未読了のどちらか、あるいは両方があった場合は当該回は欠席扱いとなるので注意すること。				
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この場所（あるいはLUNA）にコピーします。当日までに延岡（2023）の1章を事前に読んでおいてください。
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。	
第3回 Session 3	マーケティングの特徴：マーケティングにおける支出の性格について説明する。	小川『はじめてのマーケティング』の内容について説明するので事前に読んでおくこと
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。	Sheth et al (1991)Journal of Business Researchの論文を下に添付し共有しているので講義前に読んで論文全体について何が書かれているかをA4、1枚にまとめ「事前」レポートとして「ワードファイル」で、メールで提出してください。
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』”てんちょ”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。	佐藤潤と中沢、延岡の該当部分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理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。	電子版で小川『ユーザーイノベーション』を事前に読んでおくこと
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：佐藤潤『ヤッホーとファンたちとの全仕事』	佐藤潤の著書（すべて）を講義前に読了して授業に参加すること
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。	延岡健太郎『キーエンス　高付加価値経営の論理』西岡杏『キーエンス解剖』を事前に読了して参加すること。
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	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 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 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 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 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 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 著者名：西岡杏　タイトル：キーエンス解剖　発行所：日経BP　出版年：2022　ISBN：978-4-296-20091-7
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&cabinetId=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 Crireria etc.
成績評価 Grading	平常リポート／Individual reports(04)	100%	講義での発言（回数より質）と平常レポート
	備考 Note 課題図書の授業前の読了、事後のレポート提出がない場合は当該授業を欠席扱いとするので注意すること。		
添付ファイル1/File Attachement 1	Sheth (1991)Why_We_Buy_What_We_Buy_A_Theory_of_Consu.pdf	説明1/Explanation 1	第5回の教材です。論文全体で書かれている内容をA4,1枚、ワードファイル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	2024年03月06日　14時09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	2024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)	OC1405