

マーケティング論

担当者 孫 飛舟

開講時期 前期

単 位 2

●講義の概要

フィリップ・コトラーの考え方に沿って、マーケティングとは何か、マーケティング戦略の構築プロセスは何かを学習していく。授業では様々な実例を使い、より分かりやすく説明する。

●講義の到達目標

マーケティングに関する一般的な知識を身につける。企業の経営活動におけるマーケティングの位置づけやマーケティング戦略を構築するプロセスなどを理解する。

●講義計画

- 第1回：マーケティングの意義とプロセス
- 第2回：環境分析と市場機会の発見
- 第3回：セグメンテーション、ターゲティング
- 第4回：ポジショニング
- 第5回：製品戦略
- 第6回：価格戦略
- 第7回：流通戦略
- 第8回：コミュニケーション戦略
- 第9回：ブランド戦略
- 第10回：マーケティング・リサーチ
- 第11回：競争戦略
- 第12回：カスタマー・リレーションシップ・マネジメント
- 第13回：ビジネス・マーケティング
- 第14回：グローバル・マーケティング
- 第15回：実践的マーケティングと学術的マーケティングの違いについて

●成績評価基準と方法

発表20点、ディスカッション20点、小レポート（毎回）30点、期末レポート30点

●テキスト又は参考文献

テキスト：グロービス経営大学院編著『グロービスMBAマーケティング（改訂3版）』ダイヤモンド社、2009年。

●受講上の留意点

予習と復習をしっかりと行うこと。そして、『日本経済新聞』を読むこと。