

---

# 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4版）』ダイヤモンド社、2019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。