

科目名		単位数	担当教員	区分
平成26年度以降			溝呂木 健一	
平成25年度以前	マーケティング論	4		
教職				教職
授業の到達目標及びテーマ				言語
1)マーケティングの基本用語、機能を理解する。 2)商品開発を自ら行って、分析、企画、宣伝、流通を理解する。 3)実社会の企業経営をマーケティング視点で見られるようになる。 4)就職活動のために企業を大まかに分析できるようになる。				共通
授業の概要				専門基礎
1)基礎的なマーケティングの意味的、機能的構造を理解しながら実社会で即活用できる実践的なマーケティング手法を学ぶ。その為、実例やケーススタディーを織り込む。 2)日本にあるマーケティングの特徴を見直し、グローバル市場に勝ち残るための基本的考え方も併せて習得する。				法律一般
授業計画				政治行政
第1回： 企業環境の変化、マーケティングとは 第2回： 経営におけるマーケティング、経営戦略の立案 第3回： これまでのマーケティングの反省、もともとあった日本のマーケティング 第4回： マーケティングの本質に戻る①・② 第5回： 分析法のいろいろ①・② 第6回： 商品開発の意味、商品開発の手順 第7回： コンセプトとは、調査と分析 第8回： ニーズ探索法、アイデア開発 第9回： 開発の評価、プロモーション 第10回： 宣伝展開、広報戦略、マーケティングと営業力 第11回： 営業力の強化、営業の基本知識① 第12回： 営業の基本知識②、戦略と戦術 第13回： シェアの哲学、ブランド論 第14回： グローバル・マーケティング、成熟化産業のマーケティング 第15回： これからのマーケティング、今やるべきこと、まとめ				経営法務
テキスト				スポーツ福祉
開講時に指示する。				演習
参考書・参考資料等				25年度以前 経営法務コース
学生に対する評価				
レポート、期末試験と出席率も考慮して評価する。				