



**シラバス参照**

タイトル「**2014年度 観光学部シラバス**」、フォルダ「**2014年度 観光学部シラバス**」  
シラバスの詳細は以下となります。



科目名	マーケティング論		
担当教員	<a href="#">佐々木 壮太郎</a>		
対象学年	1年	クラス	T1
講義室	T-101	開講学期	後期
曜日・時限	金 1	単位区分	選必
授業形態	講義	単位数	2
準備事項			
備考			
授業の概要	<p>マーケティング活動は、企業活動の中で特別な位置づけをもっています。それは、企業と外部環境（市場、社会）とを結びつける役割であり、企業が市場志向や顧客志向を現実化していくために必須のものとなっています。この授業では、企業のマーケティング活動を実行していく際の基本となる“思想”や“発想”から出発し、現実それをどうマネジメントしていくかという課題について、実際の企業のケースと理論的枠組みの両方を用いながら議論を深めていきます。</p>		
授業計画	回	内容	
	1	ガイダンス	
	2	マーケティング発想の経営	
	3	マーケティング論のなりたち	
	4	マーケティングの基本概念	
	5	戦略的マーケティング	
	6	製品のマネジメント	
	7	価格のマネジメント	
	8	広告のマネジメント	
	9	チャンネルのマネジメント	
	10	サプライチェーンのマネジメント	
	11	営業のマネジメント	
	12	顧客関係のマネジメント	
	13	顧客理解のマネジメント	
	14	ブランド構築のマネジメント	
	15	企業の社会責任	
到達目標	<p>マーケティングの基本的な考えが理解できること。そして、それらを実際に活用していくためにはいったい何が必要となるのかを、自分自身で具体例をあげながら考えをまとめ、説明できること。これらが到達目標となります。</p>		
成績評価	<p>期末試験の成績をもとに評価します。（100%） ただし、授業への貢献（発言やフィードバックなど）に対する評価も、積極的に行なっていきます。（+a）</p>		
教科書	廣田章光・石井淳蔵（編）『1からのマーケティング 第3版』碩学舎。		
参考書	必要に応じて適宜指示します。		
	授業は講義形式で行ないますが、具体的な例を考えてもらったり、受講生を適宜指名したうえで発言を求めたりする		

履修上の注意・メッセージ	ことも考えています。受動的に話を聞くというだけでなく、積極的に参加するという意識をもって授業に望んでください。
予習・復習の内容についての指示	教科書をもとに授業を進めます。予習として、毎回の該当箇所を事前の一読しておいてください。また復習として、教科書を再読し授業のノートを整理するほか、教科書の演習問題にも取り組んでください。



-----  
Copyright (c) 2008 NTT DATA KYUSHU CORPORATION. All Rights Reserved.