

2022年度 授業シラバスの詳細内容

○基本情報			
科目名	マーケティング戦略演習（Marketing Strategy Practice）		
ナンバリングコード	E30308	大分類 / 難易度 科目分野	経営経済学科 専門科目 / 応用レベル マーケティング・流通
単位数	2	配当学年 / 開講期	3 年 / 後期
必修・選択区分	コース必修: Bソリューションコース 選択: 地域マネジメントコース、会計ファイナンスコース、スポーツビジネスコース、こども・福祉コース コース選択必修: 情報メディア学科 情報コミュコース ※入学年度及び所属学科コースで異なる場合がありますので、学生便覧で必ず確認してください。		
授業コード	E045151	クラス名	-
担当教員名	小久保 雄介、梶田 真生		
履修上の注意、履修条件	マーケティングとその関連分野で学習したことをもとにしてケーススタディを行います。そのためには授業への参加はもちろんのこと予習、復習は欠かせません。チームで演習を行うため、協調性の無い学生の参加は極めて不利です。当然、私語は慎むようにしてください。 また、ケースの発表はパワーポイントで実施します。		
教科書	なし		
参考文献及び指定図書	余田拓郎『アクティブ・ラーニングのためのマーケティング・ショートケース』中央経済社 石井淳蔵ら『ゼミナールマーケティング入門』日本経済新聞社		
関連科目	マーケティング論をはじめとする4Psに関わるマーケティング系の講義、企業戦略論基礎		

○基本情報		
授業の目的	マーケティング戦略についての基礎的な理論を理解し、実社会で企業がどのような活用しているかを理解します。企業において戦略策定がいかに重要であるかを理解してもらうと同時にマーケティング的な思考をできるようにしてもらいます。	
授業の概要	本授業では15回の授業のうち前半5回でマーケティングについての復習、戦略論についてのおさらいをしていきます。その後の10回は実在する企業のケースを用いて学習を行っていきます。ケース・スタディの授業は2つのパートに別れ、前半ではケースの概略を説明した後、チームで与えられた課題について協議をします。後半ではチームごとにケースで設定された課題について発表を行った後に教員からのフィードバック、解説を実施します。	
授業の運営方法	(1) 授業の形式	「演習等形式」
	(2) 複数担当の場合の方式	「オムニバス方式」
	(3) アクティブ・ラーニング	「ディスカッション、ディベート」
地域志向科目	カテゴリー Ⅲ: 地域における課題解決に必要な知識を修得する科目	
実務経験のある教員による授業科目		

○成績評価の指標		○成績評価基準(合計100点)		
到達目標の観点	到達目標	テスト (期末試験・中間確	提出物 (レポート・作品等)	無形成果 (発表・その他)
【関心・意欲・態度】	マーケティング的思考について説明ができる。	10点	15点	15点
【知識・理解】	マーケティング、マーケティング戦略についての知識が身についている。	20点		
【技能・表現・コミュニケーション】	チームでの作業を通じてマーケティング上の課題を発見、分析し発表ができるようになる。		10点	10点
【思考・判断・創造】	ケースを通じて実社会でどのようにマーケティングの理論が使われているか分析ができる。	10点	10点	

○成績評価の補足(具体的な評価方法および期末試験・レポート等の学習成果・課題のフィードバック方法)
成績評価の基準は以下になります。 出席・コメントペーパー⇒毎週の授業について考えたこと、感じたこと、チームでの作業の様子を記入してもらいます。 評価基準については授業内で解説します。 後半10回のケーススタディでの成果物 ⇒ケースの課題に対しての発表資料・発表を評価します。担当教員と学生の評価で点数化されます。(30点) 評価基準については授業内で解説します。 期末試験 ⇒マーケティング、戦略についての知識を確認します(40点) 課題のフィードバックは、次回以降の授業中に行います。

○その他

2022年度 授業シラバスの詳細内容

○授業計画		科 目 名 担当教員	マーケティング戦略演習（Marketing Strategy Practice） 小久保 雄介、梶田 真生	授業コード E045151
学修内容				
1. イントロダクション【小久保】 授業の目的・評価の方法などを解説した後にマーケティングとは何か、歴史を復習します。最後にケーススタディとはなにか、どのように取り組むかを解説します。				
予習	過去に学習した資料を用いてマーケティングの定義、歴史などについて予習をする。			約2時間
復習	優れたマーケティング活動を実施している起業を調べ、どの様な活動を行っているかを調査する			約2時間
2. マーケティング・ミックスと4Ps【梶田】 企業が策定した戦略を実際の活動に結びつけるときにどのようなツールを使うかが重要です。どのような組み合わせをとるのか、そして代表的なマーケティング・ミックスである4Ps(Product、Price、Promotion、Place)について概観していきます。このような理論を学習した後に実際の事例を解説しながら理論を定着させていきます。				
予習	過去に学習した資料などを用いてマーケティング・ミックス、4Psについて予習を行う。			約2時間
復習	マーケティング・ミックスについての事例を調べ、具体的にどのような戦略を実施しているかを調査する。			約2時間
3. STPIについて【梶田】 マーケティング戦略を実施する上で重要なSTP(セグメンテーション、ターゲッティング、ポジショニング)について復習します。理論を説明した後に実際の事例を解説しながら理論を定着させます。				
予習	過去に学習した資料などを用いてSTPIについて予習を行う。			約2時間
復習	自分の気になる企業の商品についてどのようなSTPが設定されているかを調査する。			約2時間
4. 3つの基本戦略について【小久保】 マーケティング戦略の基本であるM・Eポーターの競争戦略について学習します。最初に基本戦略の概観を理解した後にそれぞれの戦略別の戦い方を学習していきます。最後に実事例を見ながら理論を定着させていきます。				
予習	任意で業界を選び、その業界でどのような競争が起こっているかを調査する。			約2時間
復習	自分で気になる企業を挙げ、どのような戦略を取っているかについて調査する。			約2時間
5. ライフサイクル別戦略【小久保】 商品にはライフサイクルがあり、そのステージごとに戦略が変化します。まず、ライフサイクルについての学習をした後にステージ別の戦略を学習します。最後に事例を見ながら理論を定着させていきます。				
予習	プロダクトライフサイクルについて復習をする。			約2時間
復習	マーケティングについての理論、戦略についての復習を行う。			約2時間
6. ケーススタディ1 準備パート【梶田・小久保】 今回テーマとして挙げる企業についての説明をした後に課題を提示します。その後、チームで課題に対しての解答を作成し、発表準備を行ってもらいます。				
予習	テーマ企業について調査をする。			約2時間
復習	次の発表パートに向けて資料、プレゼンを作成する。			約2時間
7. ケーススタディ1 発表パート・まとめ【梶田・小久保】 チームごとに設定された課題について発表を行います。その後担当から発表のまとめ、今回のケースの総括を実施します。				
予習	発表に向けての準備をする。			約2時間
復習	自分たちの発表と他のチームの発表を比較し、課題を発見する。また総括の内容をもとに復習を行う。			約2時間
8. ケーススタディ2 準備パート【小久保】 今回テーマとして挙げる企業についての説明をした後に課題を提示します。その後、チームで課題に対しての解答を作成し、発表準備を行ってもらいます。				
予習	テーマ企業について調査をする。			約2時間
復習	次の発表パートに向けて資料、プレゼンを作成する。			約2時間

○授業計画		科 目 名	マーケティング戦略演習（Marketing Strategy Practice）	授業コード	E045151
		担当教員	小久保 雄介、梶田 真生		
学修内容					
9. ケーススタディ2 発表パート・まとめ【小久保】					
チームごとに設定された課題について発表を行います。その後担当から発表のまとめ、今回のケースの総括を実施します。					
予習	発表に向けての準備をする。				約2時間
復習	自分たちの発表と他のチームの発表を比較し、課題を発見する。また総括の内容をもとに復習を行う。				約2時間
10. ケーススタディ3 準備パート【梶田】					
今回テーマとして挙げる企業についての説明をした後に課題を提示します。その後、チームで課題に対しての解答を作成し、発表準備を行ってもらいます。					
予習	テーマ企業について調査をする。				約2時間
復習	次の発表パートに向けて資料、プレゼンを作成する。				約2時間
11. ケーススタディ3 発表パート・まとめ【梶田】					
チームごとに設定された課題について発表を行います。その後担当から発表のまとめ、今回のケースの総括を実施します。					
予習	発表に向けての準備をする。				約2時間
復習	自分たちの発表と他のチームの発表を比較し、課題を発見する。また総括の内容をもとに復習を行う。				約2時間
12. ケーススタディ4 準備パート【小久保】					
今回テーマとして挙げる企業についての説明をした後に課題を提示します。その後、チームで課題に対しての解答を作成し、発表準備を行ってもらいます。					
予習	テーマ企業について調査をする。				約2時間
復習	次の発表パートに向けて資料、プレゼンを作成する。				約2時間
13. ケーススタディ4 発表パート・まとめ【小久保】					
チームごとに設定された課題について発表を行います。その後担当から発表のまとめ、今回のケースの総括を実施します。					
予習	発表に向けての準備をする。				約2時間
復習	自分たちの発表と他のチームの発表を比較し、課題を発見する。また総括の内容をもとに復習を行う。				約2時間
14. ケーススタディ5 準備パート【梶田】					
今回テーマとして挙げる企業についての説明をした後に課題を提示します。その後、チームで課題に対しての解答を作成し、発表準備を行ってもらいます。					
予習	テーマ企業について調査をする。				約2時間
復習	次の発表パートに向けて資料、プレゼンを作成する。				約2時間
15. ケーススタディ5 発表パート・まとめ【梶田】					
チームごとに設定された課題について発表を行います。その後担当から発表のまとめ、今回のケースの総括を実施します。また、この授業全体のまとめとテストについて解説をします。					
予習	発表に向けての準備をする。				約2時間
復習	自分たちの発表と他のチームの発表を比較し、課題を発見する。また総括の内容をもとに復習を行う。				約2時間
16. 期末試験【梶田・小久保】					
試験時間は60分					
予習	マーケティングの基本及びマーケティング応用事例のふりかえり。				約2時間
復習	重要なポイントについてまとめる。				約2時間