

## マーケティング I (基礎理論)

## Goal

いかに顧客価値を創造し、自社を成長させ得るのか。その環境、その資源でいかにより効率的におこなうか。マーケティングに関わる理論フレームを解説し、その応用を議論する。

## 各授業の流れ

全体は講義、毎回のミニテスト、3回のレポート課題から構成される。

## Plan

		授業テーマ	レポート課題
1	10/2	受講動機確認 マーケティング・イントロダクション	
2	10/9	マーケティングの役割	
3	10/16	顧客(STP)	課題1A提示
4	10/23	マーケティング・ミックス プロダクト	課題1A提出 課題1B提示
5	10/30	マーケティング・ミックス プロモーション	課題1B提出
6	11/6	マーケティング・ミックス プライス	
7	11/13	マーケティング・ミックス プレイス	課題2提示
8	11/20	顧客理解方法	
9	12/4	ブランディング	課題2提出
10	12/11	基本戦略	課題2返却
11	12/18	持続的競争優位	課題3提示
12	12/25	市場地位と戦略	
13	1/8	市場状況と戦略	課題3提出
14	1/15	ドメイン定義、事業定義、全社戦略	課題3返却
15	1/29	まとめ	

レポート課題は、自身の関心に応じ自身で選択したテーマ(企業、ブランド、製品、サービス)について、与えられた理論フレームを用いて分析するものである。優れた課題回答は卒論の足掛かりとなり、また就職活動の自己PR資料として使えるものとなる。

## Evaluation

1. 計3回の課題レポートのクオリティ(25点 × 3 = 75点)
2. 全体的な授業態度・積極性; ミニテスト含む(25点)