

授業科目(ナンバリング)	マーケティング論 (CB208)			担当教員	城本高輝		
展開方法	講義	単位数	2単位	開講年次・時期	2年・前期	必修・選択	選択
授業のねらい							アクティブ・ラーニングの類型
マーケティングとは客のニーズや欲求を探し求めることである。そしてマーケティングに基づいて製品づくり、商品化、適切な流通ルートにつなげていくのである。対象は広範にわたっているが、農産物から自動車や住まい、つまり衣食住から観光などのサービス産業にまで広範にわたる。本講義では①基礎的なマーケティングの理論を理解すること。②ニーズをつかむための調査。③調査結果の分析について学ぶ。そして、問題の解決策をマーケティングによって考察できるようになることを目的とする。							①④⑥⑩
ホスピタリティを構成する能力	学生の授業における到達目標				評価手段・方法	評価比率	
専門力							
情報収集、分析力	マーケティングの専門用語を理解し、代表的なマーケティングの理論を用いて、問題を分析してわかりやすく説明することができる。また、解決すべき問題を明らかにすることができる。				・課題レポート	70%	
コミュニケーション力							
協働・課題解決力	マーケティングを理解し、活用できる。				・プレゼンテーション	30%	
多様性理解力							
出席					受験要件		
合計					100%		
評価基準及び評価手段・方法の補足説明							
マーケティングの情報収集、分析力について確認・定着のため、課題レポートの提出を求める。その結果に基づき、70%の評価を行う。また、講義で学んだ知識を踏まえ、協働・課題解決力について確認・評価をするため、グループでのプレゼンテーションを課し、その結果に基づき 30%の評価を行う。なお、課題のフィードバックは授業中に適宜行う。							
授業の概要							
本講義は、現代のビジネス社会に浸透するマーケティングについて、基本的な理論や手法、用語を学ぶとともに、観光や旅行商品における事例を学ぶ。特に、観光におけるマーケットリサーチ分野での観光調査について観光客数調査や観光消費額調査のプロセスを学び、合わせて観光客のニーズを考察していく。その過程で課題レポートやプレゼンテーションを行う。この授業の標準的な1コマあたりの授業外学修時間は、180分である。							
教科書・参考書							
教科書：新版観光マーケティング入門 同友館 資料配布 参考書：加藤弘治「観光ビジネス未来白書」同友館 指定図書：上記に加え、石井淳蔵他(2004)：『ゼミナール マーケティング入門』 日本経済新聞社							
授業外における学修及び学生に期待すること							
マーケティングでは、どうしたらお客様に満足してもらえるのかという経済活動の根本的なテーマを考える必要がある。いろいろな商品のマーケティング戦略の事例を理解してもらいたい。誰に売りたいのか、どのようなニーズを狙っているのか。それ以外のターゲットはいないのかについて、多角的に興味を持って想像してほしい。							

回	テ ー マ	授 業 の 内 容	予 習 ・ 復 習
1	授業ガイダンス	授業の進め方や評価についてオリエンテーションを行う。	シラバスを読んでおく。
2	マーケティングとはなにか	マーケティングの定義、マーケティング・ミックス (4P)、マーケティング・コンセプト、マーケット・イン/プロダクト・アウトを理解する。	授業前にテキストの 10～35 ページを読んでおく。
3	なぜ商品を購入するのか	ニーズ・ウォンツ・需要の違いを理解する。	授業前にテキストの 36～51 ページを読んでおく。
4	お客様を考える	セグメンテーション・ターゲティング、ポジショニング、ドメインを理解する。	授業前にテキストの 52～71 ページを読んでおく。
5	商品の購入プロセス	購買意思決定プロセス、AIDMA、AISAS、AISCEAS を理解する。	授業前にテキストの 72～89 ページを読んでおく。
6	商品がお客様に届くまで	旅行商品、流通チャンネル（開放型チャンネル、選択型チャンネル、ダイレクト・マーケティング）を理解する。	授業前にテキストの 90～105 ページを読んでおく。
7	マーケティングによる価格戦略	コスト・リーダーシップ戦略、スケールメリット（規模の経済）、価格決定、マーケット・シェア、競争市場戦略（リーダー、チャレンジャー、ニッチャー、フォロワー）を理解する。	授業前にテキストの 106～127 ページを読んでおく。
8	マーケティング環境分析	SWOT 分析を理解する。	授業前にテキストの 128～149 ページを読んでおく。
9	PPM	PPM（プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント）、プロダクト・ライフサイクルを理解する。	授業前にテキストの 150～163 ページを読んでおく。
10	マーケティング的発想	プロモーションの種類（プロモーション・ミックス）、プッシュ戦略・プル戦略を理解する。	授業前にテキストの 164～177 ページを読んでおく。
11	CRM	カスタマー・リレーションシップ・マネジメント（CRM）、リレーションシップ・マーケティング、データベース・マーケティング、ワン・トゥー・ワン・マーケティング、マス・カスタマイゼーションを理解する。	授業前にテキストの 192～209 ページを読んでおく。
12	マーケティングリサーチ	マーケティングリサーチを実践する。	授業前にテキストの 210～217 ページを読んでおく。
13	マーケティング演習①	複数の事例により今までのマーケティング演習を行う。	マーケティング演習を復習する。
14	マーケティング演習②	複数の事例により今までのマーケティング演習を行う。	マーケティング演習を復習する。
15	マーケティング演習③	マーケティングのプレゼンテーションを行う。	プレゼンテーションの準備