

学校法人ISI学園 専門学校長野ビジネス外語カレッジ

2023年度 シラバス

1. 本授業科目の基本情報

科目名（コード）	マーケティング実践 I		（ NGB22E ）
講義名（コード）	マーケティング実践 I		（ NGB22EX ）
対象学科	グローバルビジネス学科	配当学年	2学年
対象コース	グローバルビジネスコース	単位数	1
授業担当者	今野 篤	時間数	30
成績評価教員	今野 篤	講義期間	春学期
実務者教員	いいえ	履修区分	必修
実務者教員特記欄		授業形態	講義

2. 本授業科目の概要

授業の目的 到達目標	マーケティング理論を理解し、各フレームワークを使えるようにする
全体的内容と概要	ワークショップを主体とし、地域に密着した企業や店舗のケーススタディを取り上げる
授業時間外の学修	日々の企業ニュースに対してアンテナを張っておく
履修上の注意事項等	なし

3. 本授業科目の評価方法・基準

評価前提条件			
評価基準	知識（期末試験点） 60%	自己管理能力（出席点） 30%	協調性・主体性・表現力（平常点） 10%
評価方法	期末試験の点数	出席率X 0.3 (小数点以下切り上げ)	授業中の活動評価点 (5点を基準に加点・減点)
成績評価基準	評価	評価基準	評価内容
	S	90～100点	特に優れた成績を表し、到達目標を完全に達成している。
	A	80～89点	優れた成績を表し、到達目標をほぼ達成している。
	B	70～79点	妥当と認められる成績を表し、不十分な点が認められるも到達目標をそれなりに成している。
	C	60～69点	合格と認められる最低限の成績を表し、到達目標を達している。
	D	59点以下	合格点と認められる最低限の成績に達しておらず、到達目標を充足しておらず単位取得が認められない。
	F	評価不能	試験未受験等当該科目の成績評価の前提条件を満たしていない。

4. 本授業科目の授業計画

回	到達目標	授業内容
1	企業におけるマーケティングの重要性を理解できる	ガイダンス
2	販売とマーケティングの違いを理解できる	販売からマーケティングの概念に移行していきいている、その背景を解く
3	ニーズとウォンツの違いを理解できる	顧客の潜在的なニーズを考える。人間が感じる欠乏状態と具体的な欲求とは
4	顧客満足度とマーケティングの関係を理解できる	企業活動の目的のひとつが顧客創造であり、顧客満足の意義を考察する
5	ターゲティングについて理解できる	セグメンテーション、ターゲット、ポジショニングを使ってみる
6	企業の内外環境分析を理解できる	SWOT分析を使って企業の「強み」と「弱み」を考察する
7	企業の内外環境分析を理解できる	SWOT分析を使って企業の「機会」と「脅威」を考察する
8	SWOT分析からマーケティング戦略を導くことができる	SWOT分析からマーケティング戦略を練ってみる
9	マーケティング・ミックスを設計することができる	マーケティング4Pから各戦術を練る
10	地域密着事例を通してマーケティングの理解を深めることができる	地域密着型企業のマーケティングを考察する
11	マーケティング・プロセスの仕組みを理解できる	顧客満足獲得に向けたマーケティング活動の流れをつくる
12	マーケティング・プロセスを設計できるようになる①	ワークショップ
13	マーケティング・プロセスを設計できるようになる②	〃
14	まとめと解説	期末テスト
15	まとめと解説	フィードバック

5. 本授業科目の教科書・参考文献・資料等

教科書	資料配布
参考文献・資料等	
備考	