

1. 本授業科目の基本情報

科目名 (コード)	マーケティングⅡ		(TDB131)
講義名 (コード)	マーケティングⅡ		
対象学科	グローバルビジネス学科	配当学年	1学年
対象コース	デジタルビジネスコース	単位数	2
授業担当者	忍足祐之	時間数	15
成績評価教員	忍足祐之	講義期間	秋学期
実務者教員	はい	履修区分	選択必修
実務者教員特記欄	本講義は実務者教員による授業である。	授業形態	講義・実習

2. 本授業科目の概要

到達目標・目的	マーケティングの基本的(きほんてき)な理論(りろん)と実際(じっさい)について理解(りかい)を深める(ふかめる) To strengthen understanding of basic Marketing theories and practices.
全体の内容と概要	マーケティングの各理論(かくりろん)について、双方向(そうほうこう)のディスカッションと事例(じれい)研究(けんきゅう)を交えながら(まじえながら)進める(すすめる) Proceed class through mutual discussion and case studies.
授業時間外の学修	アルバイト先(さき)や買い物(かいもの)の際(さい)に学習(がくしゅう)した事項(じこう)について実践(じっせん)する Study what you have learned at side-business and shopping
履修上の注意事項等	常に(つねに)問題(もんだい)意識(いしき)を持つ(もつ) Always think about the theories in your daily life

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	マーケティング・ミックスとは何かを理解する Understand what marketing mix is	4Pの整合性 (せいごうせい) Alignment of 4P

2	製品政策（せいひんせいさく）を理解する① Understand Pricing policy	製品・サービスの価値とは何か？ What is a value of product/service in the area of digital business？ デジタルマーケティングでは何か？
3	製品政策（せいひんせいさく）を理解する② Understand Pricing policy	P L C（Product Life Cycle）とは何か？
4	製品政策（せいひんせいさく）を理解する③ Understand Pricing policy	ブランド戦略 brand strategyとは何か？
5	価格戦略（かかくせんりやく）とは何かを理解する① Understand pricing strategy	価格の決め方 How to decide selling price
6	価格戦略（かかくせんりやく）とは何かを理解する② Understand pricing strategy	その他の価格決定要因(かかくけつていよういん) Other factors affecting price decision
7	価格戦略（かかくせんりやく）とは何かを理解する③ Understand pricing strategy	安ければ売れるか？ Cheap pricing sells well?
8	流通（りゅうつう）チャネル政策を理解する①	流通とは何か？ What is distribution channel?
9	流通（りゅうつう）チャネル政策を理解する②	他の3Pとの整合性（せいごうせい） alignment with other 3P
10	販売促進政策(はんぱいそくしんせいさく)を理解する① Understand sales promotion policy	販売促進とは何か？どんな方法があるか？ What is sales promotion policy? What kinds of sales promotion are there?
11	販売促進政策(はんぱいそくしんせいさく)を理解する② Understand sales promotion policy	プッシュpushとプルpull政策
12	販売促進政策(はんぱいそくしんせいさく)を理解する② Understand sales promotion	広告(こうこく) advertisement キャンペーンcampaign
13	顧客維持の方法を理解する Understand how to maintain customers	顧客維持(こきゃくいじ) はどうやって図るか？ How to maintain existing customers
14	後期試験 2ND Term Examination	
15	↑ 講評とまとめ Review	

5. 本授業科目の教科書・参考文献・資料等

教科書	マーケティングの基本と常識 フォレスト出版社（予定）
参考文献・資料等	必要に応じて都度（つど）新聞記事などを配布する
備考	・本教員は、外資系企業にて、営業や人事その他の業務を歴任した。その経験を活かして、企業コンサルタント、学校等の高等教育機関にて指導を展開している。