

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	30
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（せいこうせい） 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(はんば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(はんば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(はんば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。