

科目名	マーケティング入門				担当者	ナガノアツシ 永野篤						
区分	選択	2	単位	授業回数	15	回	授業形態	講義	学年	1年	開講期	後期
授業時間数	30											
教員との連絡方法 質問等の受付方法	オフィスアワー、電子メール・電話での連絡方法については初回時 Classroom を通じて知らせる。											
専門的 学習成果	①	マーケティングの基本概念の理解：4P、4C、STPなどのマーケティング理論を説明できる。										
	②	消費者行動の分析力の習得：消費者の購買意思決定プロセスを理解し、行動を分析できる。										
	③	市場調査とデータ分析の基礎スキルの習得：アンケートやインタビューの手法を学び、データを活用した意思決定ができる。										
	④	サービスマーケティングの応用力の育成：サービスの特性や顧客体験（CX）を考慮した戦略を設計できる。										
	⑤	教育サービスの設計と提案能力の向上：学生を顧客と捉えた教育サービスを設計・提案できる。										
汎用的 学習成果	(1)	論理的思考力の養成：論理的にマーケティング戦略を構築し、提案する能力を育む。（専門的学習効果①②③④⑤に関連）										
	(2)	チームでの協働スキルの向上：グループワークを通じて、他者と協力しながら課題を解決する力を養う。（専門的学習効果①④⑤に関連）										
	(3)	プレゼンテーション能力の向上：自分の意見や提案を的確に表現し、他者に伝えるスキルを向上させる。（専門的学習効果⑤に関連）										
授業概要	この科目では、マーケティングの基本概念から応用までを学び、特にサービスマーケティングの視点を取り入れ、学生自身が享受している“教育”をサービスとして捉える考え方を探求します。学生はマーケティング理論（4P、4C、STPなど）を理解し、顧客体験（CX）やブランド戦略、プロモーション手法について学びます。また、サービスマーケティングの応用として、学生自身が教育サービスを設計・提案するワークショップを実施し、実践的なスキルを養います。本授業を通じて、マーケティング理論の理解だけでなく、問題解決能力やコミュニケーションスキルを身につけることを目指します。											
評価方法 基準等	学習成果	種別	割合（%）	評価方法・基準								
	専門的 学習成果	定期試験										
		レポート	20	課題に対するレポートを作成する。[2回、各1500文字]								
		小レポート	15	毎回小レポートを実施し、理解度を確認する。								
		小テスト	30	小テストを実施、理解度を確認する。[3回]								
		発表	20	課題に対する内容検討・成果物の妥当性・プレゼンテーションにより評価する。								
	平常点	15	授業への協力的・協動的・積極的な貢献によって評価する。									
汎用的 学習成果	(1) は専門的学習成果①②③④⑤で評価を行う。 (2) は専門的学習成果①④⑤で評価を行う。 (3) は専門的学習成果⑤で評価を行う。											
テキスト 等	著者・編集者名	書名							出版社名			
参考書 参考文献	著者・編集者名	書名							出版社名			
	フィリップ・コトラー	『コトラーのマーケティング5.0 デジタル・テクノロジー時代の革新戦略』							朝日新聞出版			
	フィリップ・コトラー	『コトラーのマーケティング・マネジメント-ミレニアム版』							ピアソン・エデュケーション			
	クリストファー ラブ ロック、ローレン ライ ト他	『サービス・マーケティング原理』							白桃書房			
①準備学習等履修上の留意点 ②課題に対するフィードバックの方法等	①現代社会はあらゆる物質・サービスが“販売”の対象となっていると言っても過言ではない。そのような社会においてマーケティングの影響は皆さん方の身近に溢れています。日常の出来事やニュースなどを積極的にマーケティングの現実に触れる機会と捉え情報収集とその精査を日常化することができるよう努めて下さい。 ②マーケティングは何よりも「現実」として何が起きているのかを観察し洞察することが大切です。事前学習として参考資料等を読み、日常的なニュースにも関心をもち知識の範囲を広め洞察を深めてください。（予習：週1時間程度）事後学習としては、指定された範囲の課題に取り組むこと。（復習：週3時間程度）。提出されたレポートは全体的な講評を行い評価します。											

授業計画		学習成果の評価
1回	授業内容	オリエンテーションとマーケティングの概要：マーケティングとは何か、歴史と基本的な役割を学ぶ。
	学習成果	マーケティングの定義と重要性について認識することができる。
	予習復習の内容	マーケティングの歴史の変遷について調査する。
2回	授業内容	マーケティングの基本概念（4Pと4C）：内容：製品（Product）、価格（Price）、場所（Place）、プロモーション（Promotion）と4C（顧客視点）の説明。
	学習成果	4Pと4Cの違いを理解し、具体例を挙げられるようになる。
	予習復習の内容	ニーズとウォンツの実例を調べ、その違いについて検討する。
3回	授業内容	消費者行動と購買プロセス：消費者が購入に至るプロセスを学び、購買意思決定の流れを理解する。
	学習成果	消費者行動を分析する基本スキルを習得し具体例が挙げられるようになる。
	予習復習の内容	自らがどのように商品・サービスを購入するかの過程を分析する。
4回	授業内容	市場調査とデータ分析の基礎内容：アンケート調査やインタビュー、データ分析の手法を学ぶ。
	学習成果	市場調査の基本手順を説明できるようになる。
	予習復習の内容	質的、量的調査の違いについて調べる。
5回	授業内容	ターゲティングとセグメンテーション：セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング（STP）の概念と実践。
	学習成果	効果的なターゲティング方法を理解し、適切な手法について認識できるようになる。
	予習復習の内容	特定の商品についてのSTPについて調査する。
6回	授業内容	ブランドとブランド戦略：ブランドの価値、イメージ形成の方法を学ぶ。
	学習成果	ブランド戦略の基本を理解し、具体例を挙げられるようになる。
	予習復習の内容	ブランドと消費者行動の実際について調査する。
7回	授業内容	プロモーション戦略：広告、販売促進、PR、ダイレクトマーケティングの活用法。
	学習成果	さまざまなプロモーション戦略を比較し、適切に選ぶための視点に留意することができる。
	予習復習の内容	効果的なプロモーションのモデルについて検討する。
8回	授業内容	デジタルマーケティングの基礎：SNSマーケティング、SEO、コンテンツマーケティングの基礎を学ぶ。 •内容：SNSマーケティング、SEO、コンテンツマーケティングの基礎を学ぶ。
	学習成果	デジタルマーケティングの基本ツールの有効性について認識できる。
	予習復習の内容	WEBを通じたマーケティングの実例に触れる機会を増やす。
9回	授業内容	ソーシャルマーケティングと倫理：社会的課題を解決するマーケティングの役割とその倫理的側面。
	学習成果	倫理的なマーケティング活動の重要性を理解し、自らの見解を述べることができる。
	予習復習の内容	SNSの実際について触れ、その影響と倫理性について調査する。
10回	授業内容	サービスマーケティングの基本：サービスマーケティングの特徴（無形性、同時性、変動性、消滅性）を学ぶ。
	学習成果	サービスマーケティングの基礎を理解し、製品マーケティングとの違いを説明できるようになる。
	予習復習の内容	サービス業における自らの経験について振り返り検討する。
11回	授業内容	顧客体験（CX）の重要性：サービスにおける顧客体験（CX: Customer Experience）のデザインと事例。
	学習成果	優れた顧客体験がサービス成功に与える影響について説明できる。
	予習復習の内容	顧客体験の実例について調査する。
12回	授業内容	教育をサービスとして考える：学生を顧客と捉えた教育サービスの設計について学ぶ。
	学習成果	教育におけるマーケティングの応用方法を理解し、その必要性について説明できる。
	予習復習の内容	教育の個人に対する影響について調査する。
13回	授業内容	学生による教育サービスの提案ワークショップ：グループで教育サービスを設計し、ターゲットやサービス内容をまとめる。
	学習成果	学んだ知識をもとに、自分たちで教育プランを作成できるようになる。
	予習復習の内容	すぐれた教育方法と顧客体験を調査・比較する。
14回	授業内容	教育サービス提案のプレゼンテーション：各グループが提案した教育サービスをプレゼンテーションし、フィードバックを受ける。
	学習成果	提案内容を効果的に伝える力を養い、他者からの意見を活用することの意義について検討することができる。
	予習復習の内容	サービスマーケティングを教育に活かす手法について検討する。
15回	授業内容	授業の総括とフィードバック：授業全体の振り返りを行い、マーケティングとサービスの本質についてディスカッション。
	学習成果	マーケティングとその周辺領域について学んだ知識を振り返り、今後の学びと実践に活用できるようになる。
	予習復習の内容	日常にあるマーケティングの実際について観察・検討する。