

2021年度 愛知学泉短期大学シラバス

シラバス番号	科目名	担当者名	実務経験のある教員による授業科目	基礎・専門別	単位数	選択・必修別	開講年次・時期
32404	マーケティング Marketing	小野 琢		専門	2	選択	1.2年後期

科目の概要

この授業では、組織による消費者ニーズ充足のための創造的適応活動であるマーケティングについて、その基本的な考え方を学びます。受講者は自らの生活の中で身近な企業のマーケティング活動に関心を持ち、学んだことを将来の社会人生活や生活者としての人生で応用し、活かすことが期待されます。初めから「難しい」と決めつけず、理解しようという気持ちを持ち（主体性）、授業を聴き（傾聴力）、何故かを考えてみる（課題発見力）が大切です。

学修内容	到達目標
① マーケティングの基礎知識、その考え方の基本を知る。 ② 将来企業人や生活者等の進路において、役立つマーケティングの基礎知識を獲得する。	① 学んだ知識を使い、日常的に使われている企業のマーケティング活動を分析・理解することができる。 ② 日々報道される企業のマーケティング活動に関心を持ち、より深い知識の探求ができる。

学生に発揮させる社会人基礎力の能力要素		学生に求める社会人基礎力の能力要素の具体的行動事例
前に踏み出す力	主体性	シラバスを使って、次回の授業内容を確認する。課題シートは必ず実行し提出する（欠席した場合は欠席課題とするので後日提出する）。
	働きかけ力	
	実行力	課題レポートは期限内に提出することができる。
考え抜く力	課題発見力	課題レポートのテーマを自分なりに考え、選ぶことができる。
	計画力	
	創造力	課題レポートに自分なりの意見を考え、書くことができる。
チームで働く力	発信力	教員からの発問に自分の意見を述べ、伝えることができる。授業の毎回の課題シートに自分の学べたことや意見をまとめることができる。
	傾聴力	教員はどのようなことを言っているのか考えながら聴き、大事なことはメモを取りながら聴くことができる。他の学生の発言に耳を傾け、自分の意見との違いを考えることができる。
	柔軟性	
	状況把握力	
	規律性	遅刻・無断欠席をせず、授業が円滑に進むようルールを守ることができる。
	ストレスコントロール力	

テキスト及び参考文献

テキスト：野口智雄『ビジュアル マーケティングの基本 第4版』（日本経済新聞出版社、2017年）、1,100円（税込）
参考文献：マーケティングのテキスト・入門書でできるだけ最近年の発行のものを参照してほしい。

他科目との関連、資格との関連

他科目との関連：ビジネス・スタディユニットの各科目
資格との関連：ウェブデザイン実務士

学修上の助言	受講生とのルール
① 講義形式を中心とするが、受講生の参加（授業中の発言、課題シートへの記入）を求め、評価に反映する。 ② 授業で学んだことを基に、自分の周り（テレビ・インターネット・新聞等含む）にある経済の動きを観察し、自分なりに考えてみるようにする。	① 学んだ知識を使い、日常的に使われている企業のマーケティング活動を分析・理解することができる。 ② 日々報道される企業のマーケティング活動に関心を持ち、より深い知識の探求ができる。

【評価方法】

評価対象	評価方法		評価の割合	到達目標			各評価方法、評価にあたって重視する観点、評価についてのコメント
学修成果	学期末試験	筆記（レポート含む）・実技・口頭試験	70	①	✓		① 授業で紹介したキーワード、基礎知識を理解しているかを評価する
				②	✓		② 授業で扱った事例を、学んだ知識で説明できるかを評価する
							③ 学んだ知識を自分自身の知っている事例、未知の経営課題に応用できるかどうかを評価する（傾聴力、課題発見力、創造力）
	平常評価	小テスト	0	①			
				②			
		レポート	20	①	✓		テーマ「企業のマーケティング事例」 ・授業で学んだ知識を応用し、企業のマーケティング事例を分析・紹介する ・単なる切り貼りで自分の意見が見えてこないものは5～15点減点する（実行力、課題発見力、創造力）
				②			
		成果発表（プレゼンテーション・作品制作等）	0	①			
				②			
学修行動	社会人基礎力（学修態度）	10	①	✓		（主体性）シラバスを使って、次回の授業内容を確認する。課題シートは必ず実行し提出する（欠席した場合は欠席課題として後日提出）。 （実行力）課題レポートは期限内に提出することができる。 （課題発見力）課題レポートのテーマを自分なりに考え、選ぶことができる。 （創造力）課題レポートに自分なりの意見を考え、書くことができる。 （発信力）教員からの発問に自分の意見を述べ、伝えることができる。授業の毎回の課題シートに自分の学べたことや意見をまとめることができる。 （傾聴力）教員はどのようなことを言っているのか考えながら聴き、大事なことはメモを取りながら聴くことができる。他の学生の発言に耳を傾け、自分の意見との違いを考えることができる。 （規律性）遅刻・無断欠席など学習意欲欠如きたす行動をせず、授業が円滑に進むようルールを守ることができる。欠席した場合は欠席届を提出し、フォローレポート課題を行う。	
			②				
総合評価割合			100				

【到達目標の基準】

到達レベルS(秀)及びA(優)の基準	到達レベルB(良)及びC(可)の基準
S（秀）：自分自身でマーケティングの簡単な企画を行うことができる（課題レポートを作成することができた。筆記試験で該当する設問（記述式）に答えることができた） A（優）：自分自身でマーケティングの事例を調査・分析することができる（課題レポートを作成することができた。筆記試験で該当する設問（記述式）に答えることができた）	B（良）：授業で紹介したマーケティングの事例を説明することができる（課題レポートを作成することができた。筆記試験で該当する設問（記述式）に答えることができた） C（可）：毎回の講義のC（可）の達成基準の設問を説明することができる（課題レポートを作成することができた。筆記試験で該当する設問（選択式・用語記入式）に答えることができた）

週	学修内容	授業の実施方法	到達レベルC(可)の基準	予習・復習	時間 (分)	能力名
1	マーケティングの定義・目的を理解する 4つのPの内容・例を知る	講義	・4つのPとは何か、説明できる	(復習) 4Pを英語、日本語で書き出す (予習) 自分で買いたいと思っている製品・サービス、あったら良いと思っている製品・サービスを、それぞれ一つずつ挙げる 90	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
2	ニーズとは何かを理解する マズローの欲求段階説の考え方を知る	講義 復習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・マズローの欲求段階説の考え方を説明できる	(復習) マズローの欲求段階説の特徴をまとめる	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
3	マーケティング・ミックスの定義・内容を理解する 4つのPの内容をより深く理解する	講義 復習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・マーケティング・ミックスの意味を説明できる	(復習) マーケティング・ミックスの事例演習に回答する	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
4	市場細分化の定義・目的を知る 市場細分化の基準(切り口、細分化変数)を理解する ターゲット・マーケティングを理解する	講義 復習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・市場細分化のやり方を例により説明できる	(復習) 市場細分化を行うことの意味を考え、まとめる/市場細分化を具体例で実際に行って回答を書く (予習) 耐久財、非耐久財、サービス財	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
5	製品の捉え方、考え方を 知る 主な製品分類の方法を理解する 製品のライフサイクルを理解する 製品の差別化(区別化)を理解する	講義 復習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・製品分類の例を説明できる	(復習) 製品の捉え方(要素)、耐久財・非耐久財の消費財・生産財(産業財)の演習問題に回答する	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
6	ブランディングの意味を知る ブランド・ロイヤリティを理解する NB、PBの意味・事例を知る	講義 復習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・ブランド・ロイヤリティの意味を説明できる	(復習) ブランドの事例についての記事の要点を回答する/次回までの1週間で企業のマーケティング事例についてのニュースを見て、内容をまとめる	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
7	価格設定方法の考え方を 知る 代表的な価格設定の事例を知る 価格弾力性の意味、食品の価格弾力性の特徴を知る	講義 復習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・価格を設定する時に考えるべきことを説明できる	(復習) 価格設定方法の3つの志向について演習問題に回答する。価格設定法の特徴の演習問題に回答する	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
8	チャネル・流通経路の意味・内容を知る チャネル政策の特徴を知る チェーンストアの特徴を知る	講義 復習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・チャネル・流通経路の働きを説明できる	(復習) チャネルの広さ・長さ、チャネルが短くなる理由についての演習問題に回答する。	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性

能力名：主体性 働きかけ力 実行力 課題発見力 計画力 創造力 発信力 傾聴力 柔軟性 状況把握力 規律性 ストレスコントロール力

週	学修内容	授業の実施方法	到達レベルC(可)の基準	予習・復習	時間 (分)	能力名
9	チャネル特性の意味を知る 商品の国内流通機構の特徴を知る	講義 復習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・チャネルの広さ・長さについて説明できる	(予習) 自分の印象に残る広告・CMを1つ挙げ、その理由を書く。	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
10	プロモーション手段、広告の機能を知る	講義 予習課題は授業内で解説を行う。提出された課題レポートの要項を示す(15週終了時に提出)	・プロモーションの手段を例により説明できる	(復習) プロモーションの方法についての演習問題に解答する (レポート) 学んだ知識を活かし「企業のマーケティング事例」を検索・分析する	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
11	ケーススタディ(事例研究) 映像を見て、企業のマーケティングの実際例にふれる	講義 復習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・学んだマーケティングの知識がどのように活かされているか、説明できる	(予習) AIDMAモデル、オピニオンリーダーの意味を調べる	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
12	消費者行動を理解する オピニオンリーダー、ライフスタイルを理解する	講義 予習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・オピニオンリーダー、ライフスタイルについて説明できる	(予習) マーケティングリサーチの設問に答える	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
13	マーケティングリサーチの方法を理解する	講義 予習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・マーケティングリサーチの方法について説明できる	(予習) 自らが日常、設定し、信頼している広告媒体を挙げる	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
14	SNSマーケティングを理解する	講義 復習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・SNSマーケティングの特徴を説明できる	(予習) 消費者の4つの権利の意味を調べる	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
15	消費者の権利を理解する ソーシャルマーケティングの考え方について理解する 課題レポートを提出する	講義 復習課題は授業内で解説を行う。提出された課題シートの返却。	・消費者の権利を説明できる	(復習) 定期試験の想定問題を基に復習を行う	90	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性

能力名：主体性 働きかけ力 実行力 課題発見力 計画力 創造力 発信力 傾聴力 柔軟性 状況把握力 規律性 ストレスコントロール力