

## 2022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後期
<b>科目の概要</b>							
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。							
<b>学修内容</b>				<b>到達目標</b>			
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。			
<b>学生に発揮させる社会人基礎力の能力要素</b>		<b>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</b>					
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	課題シート・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	課題シート・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	課題シート・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・無断欠席など、学修意欲欠如をきたす行動をせず、授業が円滑に進行する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						
<b>テキスト及び参考文献</b>							
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・入門書のうちできるだけ最近年の発行のものを参照してほしい。							
<b>他科目との関連、資格との関連</b>							
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							
<b>学修上の助言</b>				<b>受講生とのルール</b>			
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 授業で配布する資料は原則、受講生の人数分のみを用意するので、保管には十分注意する。 ② 授業を3回以上欠席した場合は、担当教員と連絡を取り合った上で補習・助言を受ける。			

【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	50	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)	
				②	✓		
	平 常 評 価	小テスト		30	①	✓	①毎回の授業で学んだ内容をきちんとまとめているかを評価する ②授業内容の確認として課される課題に答えられているかを評価する (傾聴力、発信力、創造力)
					②	✓	
		レポ ー ト		10	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ず行動をせず、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
<p>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)</p> <p>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)</p>	<p>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)</p> <p>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)</p>

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 マーケティングの基本的な考え方(コンセプト)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。	・4つのPとは何か、説明できる	(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	180	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・ウォンツとは何かを理解する マズローの欲求段階説の考え方を理解する 顧客志向について理解する	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。	・マズローの欲求段階説の考え方を説明できる	(復習)自分にとってのニーズとウォンツを考えてみる	180	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・ミックスについての課題に回答する	180	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(マーケット・セグメンテーション)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)市場細分化についての課題に回答する	180	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、考え方を理解する 製品開発の方法を理解する 製品のライフサイクルを理解する	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。	・製品ライフサイクルについて説明できる	(復習)製品ライフサイクルについての課題に回答する	180	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・ロイヤリティについての課題に回答する	180	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理解する 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)価格設定方法についての課題に回答する	180	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・内容を理解する チャネル政策の特徴を知る 小売業者の特徴を知る	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)チャネル構築方法についての課題に回答する。	180	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	チャンネルの多様化についての状況を知る 商品の物流経路の進化状況を知る	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。	・チャンネルの進化状況について一通り説明できる	(復習) 進化するチャンネル状況についての課題に回答する。	180	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
10	マーケティング・コミュニケーション手段、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(13週終了時に提出)	・マーケティング・コミュニケーションの手段を例により説明できる	(復習) マーケティング・コミュニケーションの方法についての課題に回答する(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 (予習) 自分が一番印象に残るCMを挙げる	180	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
11	様々な広告について理解する ※ケーススタディ(事例研究) CM映像を見て、企業のマーケティングの実例にふれる	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。	・広告の狙いがどのように設定されているか、説明できる	(復習) ケーススタディとして取り上げたCMについての課題に回答する	180	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	(復習) オピニオンリーダーについての課題に回答する	180	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 課題レポートを提出する	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	(復習) マーケティング・リサーチについての課題に回答する	180	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
14	インターネット/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。	・インターネット/SNSマーケティングの特徴を説明できる	(復習) インターネット/SNSマーケティングについての課題に回答する	180	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	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) 消費者権利・ソーシャルマーケティングについての課題に回答する	180	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