

令和2年度 愛知学泉短期大学シラバス

科目番号	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	早川周		専門	2	選択	1・2年後期

科目の概要

この授業では、受講者の生活の中で身近にふれることのできる企業のマーケティング活動の事例（新聞記事、インターネット広告、ブランド製品など）を素材にしなが、マーケティングの考え方の基本を学びます。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の事例に関心を持ち、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、生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）、なぜかを考えてみる（課題発見力）が大切です。全体を通じ、建学の精神「努力」することの尊さに気付いてもらえれば幸

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、生活者、企業人等の進路において、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、日常的に行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 日々の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。予習、復習の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疑問、意見を書くことができる。
	傾聴力	教員の講義はどういうことを言っているか考えながら聴き、大事なことはメモをと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	無断欠席をせず、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	

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）、1,080円（税込み）
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

他項目との関連：「ビジネス・スタディユニットの各科目」
資格との関連：情報処理士・ビジネス実務士・メディカル秘書士・フードスペシャリスト

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、振り返りシートの記入）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（新聞、テレビ、インターネット等含む）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オフィスアワーに講師控室ないし図書館2Fに行き、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・口述試験	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 授業で扱った事例(ケース)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	✓			
				③				
				④				
				⑤				
	平常評価	小テスト			①			
					②			
					③			
					④			
					⑤			
		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、新聞等の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のみられないものは5~15点減点する。 (実行力、課題発見力、創造力)
						②		
						③		
						④		
						⑤		
成果発表(プレゼンテーション・作品制作等)				①				
				②				
				③				
				④				
				⑤				
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。予習、復習の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疑問、意見を書くことができる。 (傾聴力) 教員の講義はどのようなことを言っているか考えながら聴き、大事なことはメモをと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に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				
				③				
				④				
				⑤				
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)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について説明することができる(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)：各週の講義のC(可)の達成基準の設問を説明することができる(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週 /	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とはなにか、説明できる。	(復習) 4Pを英語、日本語で書きだす。 (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考	90	主体性、実行力、課題発見力、発信
2週 /	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	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、発信
3週 /	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、発信力、傾聴力、規律性
4週 /	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、発信力、傾聴力、規律性
5週 /	製品の捉え方、考え方を 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。 (予習) 自分のこだわりのブランドの有	90	主体性、実行力、課題発見力、発信力、傾聴力、規律性
6週 /	ブランディングの意味を知る ブランド・ロイヤルティを理解する 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・ロイヤル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新聞記事の報道を読み、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のニュースを見て、内容をまとめ	90	主体性、実行力、課題発見力、発信力、傾聴力、規律性
7週 /	価格設定方法の考え方を 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、発信力、傾聴力、規律性
8週 /	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、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週 /	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。	・チャネルの長さ、広さについて説明できる。	(予習) 自分の印象に残る広告、CMを一つあげ、その理由を書く。	90	主体性、実行力、課題発見力、発信力、傾聴力、規律性
10週 /	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。提出された課題シートの返却。 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回答する (レポート) 学んだ知識を生かし「企業のマーケティング事例」を検索・分析	90	主体性、実行力、課題発見力、発信力、傾聴力、規律性
11週 /	ケーススタディ(事例研究)DVDの映像を見て、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生かされているか、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/ヤッピースケールに回答する	90	主体性、実行力、課題発見力、発信力、傾聴力、規律性
12週 /	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、発信力、傾聴力、規律性
13週 /	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あげる	90	主体性、実行力、課題発見力、発信力、傾聴力、規律性
14週 /	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つ権利の意味を調べる。	90	主体性、実行力、課題発見力、発信力、傾聴力、規律性
15週 /	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、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