

平成29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	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**

(テーマ1「マーケティングの基礎」)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(テレビのコマーシャル、インターネット、ブランド、消費財製品など)を素材にしなが、マーケティングの考え方の基本を学ぶ。

(テーマ2「食品、食品業界のマーケティング」)食品、食品業界を対象事例として、マーケティングの基本的考え方を学ぶことを目的とする。食品の流通から今日の消費者の問題にも触れる。フードスペシャリスト資格取得のための基礎知識を得る。

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**

**学生に求める具体的な社会人基礎力の行動事例**

前に踏み出す力	主体性	この科目を履修して、「マーケティング」を理解しようとする気持ちを持つと同時に、シラバス、テキスト、印刷教材を読み新聞、テレビ、インターネットなどの企業のマーケティング活動に関する記事、ニュース、情報に関心を持つ。
	働きかけ力	
	実行力	新聞、テレビ、インターネットなどの企業のマーケティング活動に関する記事、ニュース、情報を毎日、見たり、読んだりする。
考え抜く力	課題発見力	企業のマーケティング活動がどのような原因で発生しているか考えてみる。
	計画力	
	創造力	企業のマーケティング活動の原因を自分なりに考えてみるができる。
チームで働く力	発信力	授業の毎回の振り返りシートに自分の意見を書く。 教員からの発問に自分の意見を言う。
	傾聴力	教員の講義、他の学生の発言に耳を傾け、どういうことを言っているか、自分自身の意見との違いを考える。
	柔軟性	
	状況把握力	
	規律性	授業5回の実施に対して、3回以上欠席した場合、授業を3回連続で欠席した場合、オフィスアワーに研究室に来て、補習、指導を受ける。
	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:(社)日本フードスペシャリスト協会(編)『三訂食品の消費と流通』(建帛社)

参考文献:野口智雄『ビジュアル マーケティングの基本 第三版』(日本経済新聞出版社)

毎回の授業では印刷教材(授業のポイント、関連資料、演習・復習兼振り返りシート)を配布する。

**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

学習上の助言	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 欠席はやむをえない場合以外はしないようにする。また、連続して欠席をしないようにする。

【評価方法】

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点、評価についてのコメント
筆記試験	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。
		②	✓	
		③	✓	
小テスト				
レポート	20	①	✓	テーマ「企業のマーケティング事例」 ① 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 ② 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。
		②	✓	
成果発表 (口頭・実技)				
作品				
社会人基礎力 (学修態度)	10	①	✓	(主体性) ・この科目を履修して、「マーケティング」を理解しようとする気持ちを持つと同時に、シラバス、テキスト、印刷教材を読み新聞、テレビ、インターネットなどの企業のマーケティング活動に関する記事、ニュース、情報に関心を持つ。 (実行力) ・新聞、テレビ、インターネットなどの企業のマーケティング活動に関する記事、ニュース、情報を毎日、見たり、読んだりする。 (課題発見力) ・企業のマーケティング活動がどのような原因で発生しているか考えてみる。 (創造力) ・企業のマーケティング活動の原因を自分なりに考えてみるができる。 (発信力) ・授業の毎回の振り返りシートに自分の意見を書く。 ・教員からの発問に自分の意見を言う。 (傾聴力) ・教員の講義、他の学生の発言に耳を傾け、どういうことを言っているか、自分自身の意見との異同を考える。 (規律性) ・授業 5 回の実施に対して、3 回以上欠席した場合、授業を 3 回連続で欠席した場合、オフィスアワーに研究室に来て、補習、指導を受ける。
		②		
その他				
総合評価 割合	100		✓	筆記試験ト、レポート、学修態度の成績を総合して評価する

【到達目標の基準】

到達レベル A(優)の基準	到達レベル B(良)の基準
授業内容の理解の上にならなくて、企業のマーケティング活動の意味、原因を考えることができる。 新聞、テレビ・ラジオ、インターネット等の企業のニュース、情報にふれることが苦にならない。	用語(キーワード)意味を説明できるだけでなく、企業のマーケティング活動の事例の因果関係を説明することができる。

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)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
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 知る 食生活の変化とニーズの関係を理解する	講義	・マズローの欲求段階説の考え方を説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
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	・マーケティング・ミックスの意味を説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
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	・市場細分化のやり方を例により説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
5週 /	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	・製品分類の例を説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
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	・ブランド・ロイヤルティの意味を説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
7週 /	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	・価格を設定する時に考えるべきことを説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
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	・チャネル、流通経路の働きを説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力

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 /	チャンネル特性の意味を知る 食品・原材料の輸入輸出の現状を理解する 商品の国内流通機構の特徴を知る	講義	・チャンネルの長さ、広さについて説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
10週 /	プロモーション手段、広告の機能を知る 食品業界の販売促進の特徴を知る	講義	・プロモーションの手段を例により説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
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例にふれる	講義	・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。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
12週 /	外食、中食、内食の定義・内容を知る 食材、加工食品、輸入食品の現状を理解する	講義	・食材、加工食品の違いを説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
13週 /	食品の流通の担い手(農漁業、食品メーカー、食品卸売、スーパー、コンビニ、小売)を知る チェーン・レストランの特徴を理解する	講義	・食品流通の担い手の例をあげ、説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
14週 /	消費者の権利を理解する 消費者問題(安全、表示、選択、規制)と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	・消費者の権利を説明できる。	(復習)到達レベルC(可)の基準ができるようになる。 (予習)次週の学修内容をふまえた予習課題を出すので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力
15週 /	食品の環境問題への対応を理解する ゴミの減少・資源化、容器・包装の課題とグリーン・マーケティングの考え方を知る	講義	・環境問題に対応するグリーン・マーケティングの意味と具体例を説明できる。	(復習)15回の到達レベルC(可)の基準ができるようになる。試験の想定問題を配布するので自分なりの答えを考える。	180	傾聴力 課題発見力

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