

2021年度 愛知学泉大学シラバス

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
123221080	マーケティング Marketing	濱本幸宏		専門	2	選択	2前期

科目の概要

本科目は、これからの社会の新しいライフスタイルのデザインを提案することによって、人々の日常生活を衣・食・住および地域活性の面から支援することができる人材を育成することを目的として、法律の側面から生活を考えより豊かな生活を設計する人材を養成する科目です。本講義では企業の市場に対する考え方だけでなく、消費者に対する考え方や対応についても解説を行います。現代においてマーケティングは企業のみならずあらゆる組織の目的を達成するために必要不可欠な活動です。様々な組織のマーケティング活動と消費者行動などに関する事例について、その内容をあらゆる角度から分析・検討します。必要に応じてgoogleclassroomなどを使用して行う場合があります。

学修内容	到達目標
① マーケティングの生成について解説する。 ② マーケティングの概念に関する基礎的な知識について解説する。 ③ 企業の目的達成のためのマーケティング戦略について解説する。 ④ 企業以外の組織のマーケティング戦略について解説する。 ⑤ 消費者の行動や満足についても解説する。	① マーケティングの生成について理解することができる。 ② マーケティングの概念に関して理解することができる。 ③ 企業の目的達成のためのマーケティング戦略について理解することができる。 ④ 企業以外の組織のマーケティング戦略について理解することができる。 ⑤ 消費者の行動や満足についても理解することができる。

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	マーケティングに関心を持ち、自主的に関係資料を読み、身近なもので関係のあるものを探す。
	働きかけ力	
	実行力	マーケティングの理論を応用して新製品を考えてみる。
考え抜く力	課題発見力	企業などの組織がマーケティングを行う場合の問題点を発見する。
	計画力	
	創造力	マーケティングの理論を応用して新製品を考えてみる。
チームで働く力	発信力	マーケティングの概念について自己の見解を発表することができる。
	傾聴力	自分以外の人の発表を真剣に聞きそれを理解する。
	柔軟性	
	状況把握力	
	規律性	遅刻をしないなど授業を受けるために定められたの規律をきちんと守ること。
	ストレスコントロール力	

テキスト及び参考文献

教科書：指定しません。資料などは教室にて配布する。
 参考書：伊部・今光・松井 編著『現代マーケティングと商業』五弦舎、2012。
 高橋克義・桑原秀史『マーケティング論』有斐閣、2008年。

他科目との関連、資格との関連

「生活学概論」「生活経済論」「人間関係とコミュニケーション」「社会学」「流行論」「地域ブランド論」「消費生活論」「商品開発」「地域と食文化」「サブカルチャー論」「地域ブランド論」に関連します。

学修上の助言	受講生とのルール
ある程度パソコンを使う技能と一定時間読書をする能力を必要とします。 高等学校3年生までの政治経済や現代社会など社会科の科目の知識を必要とします。	ある程度パソコンを使う技能と一定時間読書をする能力を必要とします。 高等学校3年生までの政治経済や現代社会など社会科の科目の知識を必要とします。 自己学習において疑問が生じた場合、googleclassroomなどを適切に使用して可能な限り双方通行の質疑応答をしたいと思えます。

【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	0	①			
				②			
				③			
				④			
				⑤			
	平常評価	小テスト		30	①	✓	授業中に学習した知識が習得されているか。 執筆要領を遵守しているか。 問いに対して真面目に考え、取り組んでいるか。 自らよく考え自己の見解が分かりやすく述べられているか。 レポートの実施はgoogleclassroomなどを使用して行う場合があります。
					②	✓	
					③	✓	
					④	✓	
					⑤	✓	
		レポート		60	①	✓	執筆要領を遵守しているか。 問題意識が明確であるか、また目的が明確であるか。 基礎的知識が習得されているか。 資料などをよく調べているか。 自己の見解が述べられているか。 レポート課題の提示と解答の提出はgoogleclassroomのドキュメントを使用して行う場合があります。
					②	✓	
					③	✓	
					④	✓	
					⑤	✓	
成果発表（プレゼンテーション・作品制作等）		0	①				
			②				
			③				
			④				
			⑤				
学修行動	社会人基礎力（学修態度）	10	①	✓	主体性：マーケティングに関心を持ち、関係資料を読み、関係のあるものを探しているか。 実行力：提出すべき課題などを課された場合は執筆要領を遵守し、提出期日を厳守しているか。 課題発見力：企業などの組織がマーケティングを行う場合の問題点を発見しているか。 創造力：マーケティングの理論を応用して新製品を考え出しているか。 発信力：マーケティングの概念について自己の見解を発表することができているか。 傾聴力：マーケティングに関する概念に関する解説を一生懸命聞くことができているか。 規律性：遅刻をしないなど授業を受けるために定められたの規律をきちんと守る事ができているか。		
			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)及びC(可)の基準
授業中に学習した事項のみならず、自らが積極的に学習した成果を十分に発揮し、さらに自己の見解を導き出し、それを表現できる能力を習得していると評価できる場合。	基礎的知識を活用し、それを基にして自らが積極的に学習を進め、ある程度以上の専門的知識を習得していると評価できる場合。

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	イントロダクション シラバスを用いて生活経済の学修の内容、学修の目的、学修の目標、学修の方法について説明を行う。また、学修の評価方法や評価基準についても説明する。そして、この科目の学修を通じて社会人基礎力の向上を図る学修方法などについても解説をする。	講義および内容に応じて教員との質疑応答を行う。	シラバスをよく読んで科目の内容、目的、学修の到達目標をよく理解すること。そして教室でのルールを厳守すること。	予習：マーケティングの嚆矢について調べる。 復習：シラバスをよく読むこと。講義中の注意を確認すること。	180	傾聴力 規律性
2	マーケティングの生成と発展。 マーケティングの語源、派生地域と発生時期発生理由について解説する。また、マーケティングの発展についても解説する。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	マーケティングの生成の地域や時代背景について関心を持ち一定の知識を習得している。また、マーケティングの発展についても分かっている。	予習：マーケティングとは何かという素朴な疑問を持ち調べてみる。 復習：講義で配布された資料を読み直し、マーケティングの生成と発展について理解を生亀を確認する。	180	課題発見力 傾聴力
3	マーケティングの定義 I 20世紀初頭から1970年代までの先学者たちのマーケティングの定義について解説を行う。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	20世紀初頭から1970年代までの先学者たちのマーケティングの定義について理解しようとし、マーケティングの捉え方とその定義が時代とともに変化することが分かる。	予習：マーケティングの変化と日本の関係を調べる。 復習：講義で配布された資料を読み直し、マーケティングとは何かについて理解を深め確認する。	180	傾聴力 柔軟性
4	マーケティングの定義 II 1980年代から現代に至る先学者たちのマーケティングの定義について解説をする。またマーケティングの我が国への導入についても説明する。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	1980年代から現代に至る先学者たちのマーケティングの定義についてある程度分かるようになる。またマーケティングの我が国への導入について関心を持ち分かっている。	わが国の経済成長について調べる。 講義で配布された資料を読み直し、マーケティングの我が国への導入過程を理解する。	180	傾聴力 柔軟性
5	わが国の経済・社会環境の変化 敗戦時の我が国の経済社会の状況から復興と高度経済成長の始まりと終焉、そして安定成長からバブル崩壊までについて解説を行う。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	敗戦時の我が国の経済社会の状況から復興と高度経済成長の始まりと終焉、そして安定成長からバブル崩壊について関心を持ち、わが国におけるマーケティングの発展の背景である社会・経済が分かるようになる。	予習：マーケティング理論の展開を調べる。 復習：講義で配布された資料を読み直し、わが国の経済・社会変化を確認する。	180	創造力 傾聴力
6	マーケティング理論の発展 I マーケティングマネジメント理論を中心に諸学説を解説する。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	マーケティングマネジメント理論をある程度理解して理論の趣旨と特徴が分かるようになる。	予習：マッカーシーの理論の特徴について調べてみる。 復習：講義で配布された資料を読み直し、マーケティングマネジメント理論対して理解を深め確認する。	180	課題発見力 傾聴力
7	マーケティング理論の発展 II マッカーシーの4Pモデルを中心に解説をする。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	マッカーシーの4Pモデルについてその理論の特徴を理解して、応用を考えることができる。	予習：消費者の行動について調べる。 復習：講義で配布された資料を読み直し、マッカーシーの4Pモデルを参考に未来のマーケティングを考える。	180	創造力 傾聴力
8	消費者を知る 消費者の購買行動の特徴について解説をする。消費者の欲望に関する理論について解説を行う。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	消費者の購買行動の特徴について関心を深め、消費者の欲望に関する理論について分かるようになる。	予習：お買い物をする場合の消費者の心の動きについて調べてみる。 復習：講義で配布された資料を読み直し、企業から見た消費者の欲望を理解し確認する。	180	課題発見力 傾聴力

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	消費者の満足Ⅰ 消費者の期待と満足についてコトラーとらブロックの理論を紹介する。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	消費者の期待と満足についてコトラーとらブロックの理論についてある程度分かる。	予習：サービスとは何かを調べる。 復習：講義で配布された資料を読み直し、コトラーとらブロックの理論について理解を深め確認する。	180	課題発見力 傾聴力
10	消費者の満足Ⅱ サービスとは何かについて解説する。サービス承認を購入する場合の消費者の心の動きについて解説する。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	サービスとは何か分かるようになる。サービス商品を購入する場合の自分の経験を参考にして心の動きが分かる。	予習：ヒット商品を調べる。 復習：講義で配布された資料を読み直し、サービスの概念と購入時の人の心理を確認する。	180	発信力 傾聴力
11	消費者を魅了する広告 広告の概念と歴史、そして広告の働きと効果について解説を加える。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	広告の概念とその機能と役割について理解し、広告の効果について分かる。	予習：広告作品の例を探してみる。 講義で配布された資料を読み直し、広告の機能と役割を確認する。	180	主体性 創造力 傾聴力
12	広告作品の事例研究 過去にテレビなどで放送された広告作品を幾つか紹介し、解説を行う。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	過去にテレビなどで放送された広告作品を参考にして自分で広告作品を探すことができる。	予習：ヒット商品を調べる。 復習：講義で紹介された広告作品を参考に、印象深い広告作品を分析してみる。	180	主体性 創造力 傾聴力
13	製品開発 製品開発の概念について解説する。新製品の開発や改善について事例を取り上げて解説する。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	製品開発の意味および製品開発の目的と問題点の理解し、自ら製品開発のシミュレーションを行うことができる。	予習：今までに配布された資料の確認と疑問点の整理。 復習：講義で配布された資料を読み直し、マーケティング戦略の概念と4段階を確認する。	180	実行力 傾聴力
14	マーケティング戦略 マーケティング戦略の概念について解説する。マーケティング戦略の4段階について説明する。	講義および講義内容により必要に応じて教員と学生とで質疑応答を行い、さらに学生相互間での討論も行う。	マーケティング戦略とは何かある程度分かるようになる。マーケティング戦略の4段階について理解し事例を挙げることができる。	予習：今までに配布された資料の確認と疑問点の整理。 復習：講義で配布された資料を読み直し、マーケティング戦略の概念と4段階を確認する。	180	実行力 傾聴力
15	まとめ 今までに学修してきた内容の振り返りとまとめ。重要点の整理と問題点に対する自己の見解の確認。	講義	講義全体を振り返り、内容を確認し、問題点を整理し、自学自習ができる。	予習：試験準備。 復習：テキストを基に総復習と確認。	180	傾聴力 ストレスコントロール力

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