

科目名 (Subject)	現代市場システム論		
単位数 (Credits)	2 単位	開講時期	前期
担当教員名 (Name)	伊藤 一 (僕) ITOH hajime	研究室番号 (Office)	4 4 3
Office Hours	前期木曜日 12:00 - 12:50 (メールで要予約のこと)		
<p>1. 授業目的・方法 (Course objective and method)</p> <p>流通・マーケティングの基礎理論に関する内容を記載した書籍を輪読し、基礎理論の習得をめざす。具体的事例を中心に実践的理論の応用を習得させる。</p> <p>2. 授業内容 (Course contents)</p> <p>1 インTRODクシヨン</p> <p>2 流通論の基礎理論 参考文献: 流通論の基礎 (第3版) 7章 その他受講生のレベルに合わせて随時提示</p> <p>3 伝統的市場の商取引に関する理解 参考文献: 流通論の基礎 5章 その他受講生のレベルに合わせて随時提示</p> <p>4 製品開発に関する視点 参考文献: 流通論の基礎 4章 その他受講生のレベルに合わせて随時提示</p> <p>5 特殊市場のマーケティング活動 1 製品開発① 参考文献 医療マーケティング 恩蔵他編著</p> <p>6 特殊市場のマーケティング活動 2 製品開発② 参考文献 医療マーケティング 恩蔵他編著</p> <p>7 特殊市場のマーケティング活動 3 患者対応 参考文献 医療マーケティング 恩蔵他編著</p> <p>8 特殊市場のマーケティング活動 4 関係性構築 参考文献 医療マーケティング 恩蔵他編著</p> <p>9 特殊市場の流通活動 5 経路特性 参考文献 医薬品流通 嶋口著</p> <p>10 特殊市場の流通活動 6 経路戦略 参考文献 医薬品流通 嶋口著</p> <p>11 医療機器の流通市場の概要 受講生のレベルに合わせて随時提示</p> <p>12 医療機器の流通企業特性 受講生のレベルに合わせて随時提示</p>			

13 医療機器のマーケティング戦略
受講生のレベルに合わせて随時提示

14 医療機器の関係性戦略
受講生のレベルに合わせて随時提示

15 最終レポート提出

3. 使用教材(Teaching materials)

- ・流通論の基礎 中央経済社 住谷編著
 - ・医療マーケティングの核心 有斐閣 恩蔵直人他編著
 - ・医薬品流通論 嶋口他編著 東京大学出版
- その他適宜資料配布

4. 成績評価の方法(Grading)

輪読の際の報告内容と最終レポート

5. 成績評価の基準(Grading Criteria)

秀 (100-90):授業について秀でた理解力を有し、その理論を応用して様々な当該課題について秀でた分析をしている。

優 (89-80):授業内容をほぼ理解しており、当該課題を確実に説明出来るような基礎知識を有している。

良 (79-70):授業中に明示する重要なポイントを理解しており、問題については、常識的な認識をしている。

可 (69-60):授業内容の大体の流れを掴んでおり、問題について間違った理解をしていない。

6. 履修上の注意事項(Remarks)

使用言語は日本語のみでおこなう。