

科目名(Subject)	現代商学 I (Modern Commerce I)		
単位数(Credits)	2 単位	開講時期	
担当教員名 (Name)	伊藤 一 (Hajime Ito)	研究室番号 (Office)	443
Office Hours	適宜設定:メールにて予約のこと(ZOOMでの対応)		
1. 授業目的・方法(Course objective and method) 商学・マーケティングの基本理論を中心に報告してもらおう。内容としては標的とする市場の分析方法、市場データの分析方法、流通チャネルの分析方法、価格対応、さらにはコミュニケーション対応などの諸分野の理解を深める。最終的には応用的に事象を分析できる能力を高める。手法としては事前・事後の課題を回答し、さらにグループで討論し、成果の相互評価を実施して内容の理解を深める。授業は ZOOM による授業形式を採用する。			
2. 達成目標(Course Goals) 1. 商学・マーケティングの基礎能力を習得する上で以下の到達目標を設定する。 2. マーケティングの意義を説明できる。 3. 実際のマーケティング手法を説明できる。 4. マーケティングの実践手法を習得する。			
3. 授業内容(Course contents)			
1	アウトライン説明	学生の基礎知識の確認 小テスト実施	
2	マーケティングとは何か	マーケティングの歴史とコンセプトとは何か。マーケティング戦略とマーケティングミックスを解説。	
3	事業機会・領域の選択と標的市場	事業創造と事業戦略のポートフォリオや領域の選択を解説。	
4	市場データ分析	データの特性と収集方法(質問法・観察法・実験法)の解説。統計解析法の解説。調査票作成の実践。	
5	競争分析	競争構造の要因解説。産業界の競争構造分析(産業組織論のフレームから)。競争戦略(移動障壁、アウトソーシング、競争代替性など)の実際。	
6	流通分析	流通システムの歴史と現状。流通商取引慣行の実際	
7	製品対応	便益の束からのマーケティング対応。新製品開発論と製品ライフサイクル論。ブランドマーケティング戦略の実際。	
8	価格対応	既存の条件(費用・需要・競争)による価格設定方法の解説と新製品価格設定の手法。各種割引制度。	
9	コミュニケーション対応	セールスプロモーションとマス媒体活用への対応のコミュニケーション戦略。	
10	流通チャネル対応	流通チャネルの管理とこれからのチャネル戦略。	
11	競争対応	競争地位別戦略の実際(リーダー・チャレンジャー・フォロワー・ニッチャー企業戦略の事例を中心に)	
12	サービス・マーケティング	サービスの特性と対応戦略。サービス・マーケティングの概念(インタラクティブ・インタナショナル・エクスターナル) マーケティングの実際をケースを活用し解説。	
13	ソーシャル・マーケティング	非営利組織(医療機関など)のマーケティングと社会志向のマーケティングの事例を利用して解説。CSR と CSV について。	
14	関係性マーケティング	信頼性の構築による関係性マーケティングの構築。ステークホルダーとの関係性マーケティング。	
15	まとめ	グループワークにより、マーケティングの意義と課題を確認。	
4. 事前学修・事後学修(Preparation and review lesson) ・ 事前学習：日頃から指定の新聞・雑誌・テレビ報道等でマーケティングについて関心を持つこと。テキスト以外のケース(事例)資料を適宜配布するので30分程度熟読すること。 ・ 事後学習：授業の内容をもとにケース(事例)資料の所要60分程度の課題を解いて、レポートを提出すること。			
5. 使用教材(Teaching materials) 教科書： 受講生と相談して決定			

6. 成績評価の方法(Grading)

- ① 報告の評価：50%（各章を読んで概要をまとめ、報告する能力を検査）
- ② 試験（レポート）：50%（マーケティングの課題について理論と概念の正確な理解と実践方法を理解する能力を検査）

7. 成績評価の基準(Grading Criteria)

秀(100~90):マーケティングについて秀でた理解力を示しマーケティングを応用して、さまざまな問題について秀でた分析をすることができる。

優(89~80): マーケティングについて優れた理解力を示しマーケティングを応用して、さまざまな問題について優れた分析をすることができる。

良(79~70): マーケティングについて良い理解力を示し、マーケティングを応用して、さまざまな問題について良い分析をすることができる。

可(69~60): マーケティングについて理解力を示し、マーケティングを応用して、さまざまな問題について分析をすることができる。

不可(59~0): マーケティングについて十分な理解力を持たず、マーケティングを応用して、さまざまな問題について分析をすることができない。

8. 履修上の注意事項(Remarks)

履修者は初回の授業に必ず参加すること。学生のレベルを確認し内容を変更する可能性があることを了承すること。