マーケティングと営業の基礎

Basic of Marketing and Sales

担当教員	弓削徹（専任）	**単位数**	2単位
開講学期	春学期	**開講曜日・時限**	金曜日・土曜日 1・2時限目
位置づけ	マーケティング・営業 基礎段階		
区分	基幹科目		

科目紹介	
科目の重要性・必要性	マーケティングはビジネスの根幹であり、企業活動そのものであるといっても過言ではない。また社会変革に貢献しうる企業の基盤は収益力であるが、その収益を生む源泉はマーケティング戦略に拠る。 どの技術を極め、どのような製品に仕立て、どうやって販路を獲得していくか。ここに有機的な戦略なくして、組織は永続性を持ちえない。同時に、人の情動を知らずして実効性のある施策を打ち出すこともできない。基礎となる本科目では、土台となるマーケティング理論を体系的かつ網羅的に学んでいく。
科目の目的	マーケティング関連の専門用語やフレームワークなどの個別的な知識のみでは実践と結びつかず、実りは多くない。企業を安定的に成長させていく重しとなる礎石として、血の通ったマーケティングの知見を修得することを目的とする。
到達目標	・マーケティング理論を体系的に修得し、一連の繋がりを持って説明ができるリテラシーを身につける。 ・所属組織の実務や業務の在りように結び付け、目前の課題に対して現実的な解決策を導き出せるようになることを目指す。
受講してもらいたい院生	企業人として、経営者として、一段、高いレイヤーから組織の舵取りや他社の戦略を理解したり、社会の動きを読み解くための鑑識眼を得たいと考える人へ。

授業計画

第1回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：マーケティング用語集などを読んでおく。 復習：自社内が抱えるマーケティング上の課題がどこにあるかを考えてみる。
	授業内容	マーケティングの概要と目的 ・マーケティングの起源と本質 ・マーケティングの寓話
第2回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	武器としてのマーケティング思考 ・「プロダクトアウト」と「マーケットイン」 ・顧客価値志向とフレームワーク活用
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	個別フィードバック
第3回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：レジュメを読み、自社内の課題との関連性を考える。 復習：自社に適していると思われる分析手法を実践してみる。
	授業内容	マーケティング分析の手がかり ・マーケティング戦略の分析と立案 ・市場細分化/ターゲット選定/ポジションの確立

第4回	**予習・復習時間**	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	**市場機会の発見** ・SWOT分析、VRIO分析 ・外部環境/内部環境の分析
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	個別フィードバック
第5回	**予習・復習時間**	4時間
	予習・復習内容	予習：レジュメを読み、自社内の課題との関連性を考える。 復習：自社がおこなうべきマーケティング調査を考えてみる
	授業内容	**マーケティング戦略の策定** ・経営における位置付けと流れ ・マーケティング目標の設定
第6回	**予習・復習時間**	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	**マーケティング調査** ・なぜマーケティング調査が必要か ・マーケティング調査の手法 ・仮説の設定と検証
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	個別フィードバック

第7回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：近年、話題となった商品のヒット要因を考えてみる。 復習：ヒット商品の「商品コンセプト」を書きだしてみる。
	授業内容	**商品開発と改善** ・商品開発の手順 ・開発テーマの発見
第8回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	**商品開発の思考法** ・製品ラインと製品ミックス ・工業デザインとパッケージ
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	個別フィードバック
第9回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：「ラテラル」というキーワードの意味を調べておく。 復習：自社商品の価格設定はどのような手法によるものかを考えてみる。
	授業内容	**製品開発の差別化** ・ラテラルマーケティングという発想

第10回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	価格戦略 ・低価格にしてはならない理由 ・値上げのシミュレーションと価格弾力性 ・価格決定の方法
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	個別フィードバック
第11回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：自社にとってブランドの価値とはどのような働きをするかを考える。 復習：顧客満足度を高めるためには何をすればよいかを考える。
	授業内容	顧客視点のブランドマネジメント ・B2B企業にブランディングは必要か ・ブランドの効果と重要性 ・業界別ブランドエクイティ
第12回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	ブランドマネジメント ・ブランド構築の事例 ・ブランド経営と拡張
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	個別フィードバック

第13回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：レジュメを読み、自社商品の流通チャネルを整理してみる。 復習：自社製品のセールスタイプを考えてみる。
	授業内容	**流通チャネルの構築** ・流通チャネルの設計 ・自社のセールスタイプを知る
第14回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	**プロモーション戦略** ・プッシュ戦略とプル戦略 ・カスタマージャーニー
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	個別フィードバック
第15回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：新聞・雑誌に掲載されている広告表現の意味と意図を洞察してみる。 復習：顧客とのコミュニケーションにはどんな媒体と表現が最適かを考えてみる。
	授業内容	**広告とコミュニケーション戦略** ・商品コンセプトと広告表現 ・旗色鮮明な企業スローガン ・次代のマーケティングへ
	授業課題	無

授業情報	
授業方法	講義およびグループワークやディスカッションの組み合わせで行われる。

テキスト	各回ごとにレジュメを事前配布。
参考図書	適宜紹介する。

評価方法		
評価の視点	**評価 ウェイト**	**備考**
課題に対する理解と実践への姿勢	40%	課題レポートへの取り組み努力と内容
授業への参画姿勢	60%	積極的な発言と貢献、柔軟な発想力、各人レベルでの成長
合計	100%	

受講生へ （授業科目のアピールポイント、必要な基礎となる科目の履修や知識・スキル）
基礎科目なので、前提知識が心許なくても問題ない。地に足のついた、実学たるべきマーケティングの世界をご一緒に愉しまれたい。