科目コード／科目名 (Course Code / Course Title)	BT023／マーケティング・マネジメント (Marketing Management)		
テーマ／サブタイトル等 (Theme / Subtitle)	基礎から学ぶマーケティングと企業経営		
担当者名 (Instructor)	有馬　賢治(ARIMA KENJI)		
学期 (Semester)	春学期(Spring Semester)	単位 (Credit)	2単位(2 Credits)
科目ナンバリング (Course Number)	BUS2100	言語 (Language)	日本語 (Japanese)
備考 (Notes)			

授業の目標(Course Objectives)

マーケティングの基礎的知識，基本的理念を踏まえ，企業活動の基本と特に販売活動の側面から理解することができるようにする。

Students will be able to understand these concepts from the aspect of corporate activities, sales activities in particular, building on foundational marketing knowledge and basic concepts.

授業の内容(Course Contents)

マーケティングの概念・種類・歴史などをはじめ，企業経営の展開方法の基本を講義する。おもに2年次春学期での履修が見込まれるため，知識習得を確実なものにできるように概念の説明，ケースによる実践的理解に配慮して講義を進める。講義では，パワーポイントによるスライドで概念図を示し，概要や基本的用語などの説明と，事例となる企業でのマーケティングの取り組みを写真や動画を活用して紹介していく。適宜学生との討議ができるように配慮し，学生が発言できる機会を積極的に取り入れ，双方向でコミュニケーションがとれる授業展開を目指す。講義時間の最後に当日学んだ内容の確認テストを Blackboard を利用して実施する。

This lecture covers the basic of how to develop the management of a business, starting with marketing concepts, types, and history. Registration in this course is anticipated in the spring semester of second year, so practical knowledge will be considered during the lectures in the explanations of concepts and cases to ensure knowledge acquisition. During lectures, schematic diagrams will be shown on PowerPoint slides, and explanations of basic concepts and terminology, as well as case studies on the marketing efforts of corporations will be introduced using pictures and videos. The class aims to develop and proactively incorporate opportunities for students to speak, and allow them to debate appropriately with other students so they can establish two-way communication. At the end of the lecture, students will be given a confirmation test of what they have learned on the day using Blackboard.

授業計画(Course Schedule)

1. オリエンテーション，マーケティング学習にあたっての基礎知識
2. マーケティングのアウトライン
3. 企業活動とマーケティング，競争とマーケティング
4. マーケティング環境
5. マーケティング・プランニング
6. プロダクト・デザイン
7. ブランディング
8. コミュニケーション・デザイン
9. マーケティング・チャネル
10. プライシング
11. サービス・マーケティング
12. マーケティングと組織
13. インターネット・マーケティング
14. 教室での質問の受付

授業時間外(予習・復習等)の学習(Study Required Outside of Class)

授業時に指示する。基本的事項はテキストを事前に読んでおくことが望ましい。

成績評価方法・基準(Evaluation)

12 回の授業内平常点テスト(100%)

テキスト(Textbooks)

1. 有馬賢治・岡本純編著、2015 年、『マーケティング・オン・ビジネス』、新世社 (ISBN:ISBN978-4-88384-234-6)

参考文献（Readings）

授業内で適宜紹介する。

その他（HP 等）（Others(e.g.HP)）

注意事項（Notice）