

2022年度 SYLLABUS 【博士前期課程】

授業科目名：マーケティング戦略論特論	
担当教員名：保田宗良	
<p>授業科目概要：</p> <p>この講義では、マーケティングの基礎理論を学習した後に、戦略に関する事例研究を進めます。成功事例のみならず失敗事例も取り上げ多角的な検討を進めます。データの読み方を修得し客観的な判断ができるようにします。青森地域企業のマーケティング戦略の事例を学術的に考察し、検討課題、改善策を議論します。</p>	
<p>履修上の留意事項：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・積み上げ式なので、毎回の出席が基本になります。 ・根拠に基づく議論を進めます。公的資料、客観的なデータを活用します。 ・必要な文献、資料は講義の中で紹介します。精読してください。 ・自分の意見、考察を明確な文章で示せるように努めてください。 ・質疑はメールで対応します。補足の資料は必要に応じてメールで送付します。 	
教科書・参考書（参考文献）	
<p>書名：グラフィックマーケティング</p> <p>著者／編者：上田隆穂・澁谷覚・西原彰宏</p> <p>出版社：新生社</p> <p>出版年：2020年</p>	<p>書名：コンシューマ・マーケティング</p> <p>著者／編者：村松幸廣</p> <p>出版社：創成社</p> <p>出版年：2021年</p>
<p>書名：ケースで学ぶ価値共創マーケティングの展開</p> <p>著者／編者：村松潤一・藤岡芳郎・今村一真</p> <p>出版社：同文館出版</p> <p>出版年：2020年</p>	<p>書名：地域伝統企業のものづくりブランディング</p> <p>著者／編者：長沢伸也・川村亮太</p> <p>出版社：晃洋書房</p> <p>出版年：2020年</p>
<p>書名：サービス・マーケティング概論</p> <p>著者／編者：神原理</p> <p>出版社：ミネルヴァ書房</p> <p>出版年：2019年</p>	<p>書名：デジタル社会のマーケティング</p> <p>著者／編者：廣田章光・大内秀二郎・玉置了</p> <p>出版社：中央経済社</p> <p>出版年：2019年</p>
<p>評価方法及び判定基準：</p> <p>講義に対する態度（予習、復習の姿勢、問題意識が明確な発言）及びレポートの内容を精査して総合的に評価します。レポートは推敲を重ね、質の向上に努めているか否かを重要視します。</p>	
<p>授業目標及び進め方：</p> <p>マーケティング戦略論を総合的に俯瞰し、地域企業のマーケティング戦略の全体像をエビデンスに基づき、その特質を的確に把握する力量を修得することが目標です。</p> <p>担当教員が毎回論点を提示し、その論点について教科書、参考書を活用して議論を進める形式を採用します。疑問点を討論するためには十分な予習が必要で、予習、復習の蓄積により提出するレポートの質を高めます。議論は常に根拠となるエビデンスが求められるので、客観的にビジネスモデルを理解する能力を養成します。</p> <p>学部でマーケティングを履修していない受講者は、基礎理論から丁寧に学習します。</p>	

第1回	<p>テーマ：基礎理論の学習 (1)</p> <p>内 容：マーケティングの概要</p> <p>教科書／参考書 グラフィックマーケティング</p>
第2回	<p>テーマ：基礎理論の学習 (2)</p> <p>内 容：戦略的マーケティング</p> <p>教科書／参考書 グラフィックマーケティング</p>
第3回	<p>テーマ：基礎理論の学習 (3)</p> <p>内 容：消費者行動</p> <p>教科書／参考書 グラフィックマーケティング</p>
第4回	<p>テーマ：基礎理論の学習 (4)</p> <p>内 容：ブランドマネジメント</p> <p>教科書／参考書 グラフィックマーケティング</p>
第5回	<p>テーマ：基礎理論の学習 (5)</p> <p>内 容：地域創生のマーケティング</p> <p>教科書／参考書 グラフィックマーケティング</p>
第6回	<p>テーマ：コンシューマリズム研究</p> <p>内 容：コンシューマリズムとは何か</p> <p>教科書／参考書 コンシューマ・マーケティング</p>
第7回	<p>テーマ：価値共創マーケティング (1)</p> <p>内 容：価値共創のメカニズム</p> <p>教科書／参考書 ケースで学ぶ価値共創マーケティングの展開</p>
第8回	<p>テーマ：価値共創マーケティング (2)</p> <p>内 容：価値共創の事例研究</p> <p>教科書／参考書 ケースで学ぶ価値共創マーケティングの展開</p>
第9回	<p>テーマ：ものづくりブランディング研究</p> <p>内 容：ものづくりブランディングの研究手法</p> <p>教科書／参考書 地域伝統企業のものづくりブランディング</p>
第10回	<p>テーマ：サービス・マーケティング研究 (1)</p> <p>内 容：サービス・マーケティングの基礎概念</p> <p>教科書／参考書 サービス・マーケティング概論</p>
第11回	<p>テーマ：サービス・マーケティング研究 (2)</p> <p>内 容：サービスの経験価値、感情労働</p> <p>教科書／参考書 サービス・マーケティング概論</p>
第12回	<p>テーマ：サービス・マーケティング研究 (3)</p> <p>内 容：データベース活用によるサービス・マーケティング研究</p> <p>教科書／参考書 資料のコピーを配布します。</p>
第13回	<p>テーマ：長寿企業研究</p> <p>内 容：青森県内長寿企業のマーケティング戦略</p> <p>教科書／参考書 資料のコピーを配布します。</p>
第14回	<p>テーマ：デジタル社会のマーケティング</p> <p>内 容：デジタルを活用したマーケティング戦略の事例研究</p> <p>教科書／参考書 デジタル社会のマーケティング</p>
第15回	<p>テーマ：全体の総括</p> <p>内 容：全体の復習、レポートの概要報告、履修者による相互評価</p> <p>教科書／参考書 使用しません。</p>