

2025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	
授業科目概要： 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。成功事例の重要なファクターを抽出して、その本質を探究します。客観的データを用いて、根拠に基づく考察を深める能力を養います。青森地域の特徴がある企業を事例として、マーケティング戦略の創意、工夫を深堀します。	
履修上の留意事項： ・積み上げ方式です。毎回の出席が重要です。 ・公的資料、客観的データを活用します。 ・文献、ホームページは、その都度紹介します。 ・根拠のある議論を求めます。 ・質問は、メールで随時受付けます。	
教科書・参考書（参考文献）	
書名：マーケティング・オン・ビジネス 第2版 著者／編者：有馬賢治・岡本純編著 出版社：新世社 出版年：2024	書名：サービス・マーケティング 著者／編者：黒岩健一郎・浦野寛子 出版社：有斐閣 出版年：2021
書名：デジタル時代のブランド戦略 著者／編者：田中洋編 出版社：有斐閣 出版年：2023	書名：DMOと観光行政のためのマーケティングとマネジメント 著者／編者：高橋一夫 出版社：学芸出版社 出版年：2024
書名： 著者／編者： 出版社： 出版年：	書名： 著者／編者： 出版社： 出版年：
評価方法及び評価基準： 講義に臨む姿勢（予習、復習、質の高い議論）とレポートの内容を精査して、授業内容の3段階の観点により総合的に評価します。レポートは、現場を訪問して定性調査を行い、一次資料を活用することを求めます。 授業内容の理解、応用、発展の観点から評価を確定します。	
授業目標及び進め方： マーケティングは総合知が求められる、専門分野です。消費者のインサイトを的確に把握するためには複数の研究方法を修得することが不可欠です。したがって軸となる研究方法を理解することが授業目標です。 毎回、論点を提示し、その論点について多角的な議論を進めることで見えてはこないが重要な要因（ファクターX）を明確化します。 有力企業のビジネスモデルを、考察します。そこからマーケティング戦略の強みを描写します。学部でマーケティングを履修していない受講者には、フォローの指導をします。	

第 1 回	テーマ：マーケティングのアウトライン 内 容：学習する範囲の確定 教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス
第 2 回	テーマ：企業活動とマーケティング 内 容：マーケティングの役割を明確にする 教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス
第 3 回	テーマ：競争とマーケティング 内 容：経営戦略とマーケティング戦略の関係 教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス
第 4 回	テーマ： マーケティング・プランニング 内 容： マーケティング戦略の進め方 教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス
第 5 回	テーマ：プロダクト・デザイン 内 容：製品ミックスの戦術研究 教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス
第 6 回	テーマ：マーケティングと組織 内 容：インターナル・マーケティング 教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス
第 7 回	テーマ：インターネット・マーケティング 内 容：デジタル時代のマーケティング戦略 教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス
第 8 回	テーマ：価値共創マーケティング (1) 内 容：価値共創の基礎学習 教科書／参考書 プリントを配布します
第 9 回	テーマ：価値共創マーケティング (2) 内 容：価値共創の事例研究 教科書／参考書 プリントを配布します
第10回	テーマ：サービス・マーケティング (1) 内 容： 顧客接点の見直し 教科書／参考書 サービス・マーケティング
第11回	テーマ：サービス・マーケティング (2) 内 容：青森県内のサービス・マーケティングに関する事例研究 教科書／参考書 プリントを配布します
第12回	テーマ：ブランド戦略 内 容：デジタル活用のブランド展開 教科書／参考書 デジタル時代のブランド戦略
第13回	テーマ：長寿企業のマーケティング戦略 内 容：青森県内の長寿企業のマーケティング戦略に関する事例研究 教科書／参考書 プリントを配布します
第14回	テーマ：研究方法の探索 内 容：研究の進め方の軸を探究する 教科書／参考書 プリントを配布します
第15回	テーマ：全体の総括 内 容：半期の復習、レポート内容の概要報告、履修者による相互評価 教科書／参考書 使用しません