

登録コード	J5470200	開講年度	2026					
授業科目	マーケティング					担当教員	石橋 敬介	
英文授業名	Essentials of Marketing					副担当		
単位数	2	講義期間	前期	曜日・時限	木曜・4時限		対象学年	(23カリ対象科目) 経：2年/法：2年
講義室	経法第2講義室		授業区分	講義	遠隔授業科目			
信大コンピテンシー	非該当							
(1)授業の達成目標	授業で得られる「学位授与の方針」					⇔	【授業の達成目標】	
	経法23初（2026改）・応用経済，経法23初・応用経済							
	専門知識を応用・実践する力として，計量的分析手法によるデータ解析を用いたリスクの定量的評価，実験経済学による社会制度の機能の検証，医療や福祉の現場における社会調査の手法を実践した地域の問題発掘，法の経済分析を通じた法制度の効果・影響の検証，などのスキルを習得し，経済の実情に即した政策提言，あるいは企業行動の決定を行うことができる能力を身につける。					⇔	専門知識を応用・実践する力として，マーケティングの基本的な理論をもとに分析するスキルを習得し，企業行動の決定を行うことができるようになる。	
	【2020年度以降カリキュラム対象】専門領域での基礎知識として，経済学に基づく論理的思考法及び統計的分析手法を身につける。そして，経済理論の応用分野として，金融，公共政策，法や制度の経済分析をテーマとする3つの専門コースで，専門知識を具体的な問題解決に実践する力を身につける。					⇔	専門知識をもとに具体的な問題解決を実践する力として，適切なマーケティング活動で顧客ニーズを満たす方法を立案できるようになる。	
(2)授業で学べる「テーマ」	その他							
(3)全学横断特別教育プログラム								
(4)授業の概要	マーケティングは、顧客のニーズを理解して、それを満たす製品開発やプロモーション等により成果を上げる活動である。本講義ではマーケティングの基礎的な理論を幅広く扱い、学生が将来マーケティング活動を実践するための考え方を教授する。 担当教員は10年以上にわたり企業のマーケティング支援をしてきた実務経験があり、その際の事例を適宜紹介しながら講義を行う。							
(5)授業計画	第1回 イントロダクション：マーケティングの思考法 第2回 マーケティング・マネジメント 第3回 消費者の行動 第4回 ターゲット顧客の特定 第5回 提供価値の立案 第6回 戦略立案のための調査 第7回 製品の企画と評価 第8回 ブランドと普及 第9回 価格設定の方法 第10回 値引きの効果と方法 第11回 プロモーションの方法 第12回 プロモーションの評価 第13回 流通チャネルの選択 第14回 取引先との協業 第15回 講義のまとめ、授業アンケート							
(6)成績評価の方法	授業中に課す課題50％、期末テスト50％ 課題は2回あり、第5回と第13回の講義中に提示する。提出期限はそれぞれ2週間後である。							
(7)成績評価の基準	基本的な用語や概念を理解していれば「水準にある」、理論を用いて事例について説明できれば「やや上にある」、理論を用いて事例について深い考察ができれば「かなり上にある」、教員を感心させるレベルの考察ができれば「卓越している」							
(8)事前事後学習の内容	毎回、講義資料を eALPS にアップするので、それをもとに予習復習を行うこと。また、授業中に提示する課題に取り組むこと。							
(9)履修上の注意	マーケティングは実学的な分野であり、民間企業はもちろん、官公庁や非営利団体でも応用できる。受講にあたっては、将来社会人になった時にどのように学びを応用するかを意識しながら学習してほしい。							
(10)質問、相談への対応	メールにて受け付ける。メールアドレスは初回の授業で公開する。							
【教科書】	指定しない。							
【参考書】	指定しない。							