

【マーケティング基礎】 2年生・外国人留学生 3 年生前期(選択科目)

目的・ねらい 本講義では、マーケティングに関する基本的な諸概念を理解することを目標とします。
マーケティング・ミックスや4Pといわれる「製品」「価格」「場所」「プロモーション」を中心に、消費者志向経営やマーケットインの市場形成などマーケティングの基礎的な内容について学びます。

到達目標	1. マーケティングの必要性について自分の言葉で説明することができる。 2. マーケティングの4Pについて、それぞれの戦略の概要をまとめることができる。 3. 「ブランド」の構築とブランドロイヤルティについて説明することができる。
------	---

項目		レベル4	レベル3	レベル2	レベル1
知識 理解	マーケティングの意義と必要性	マーケティングとは何か、なぜマーケティングが必要なのかを十分に理解し、説明することができる。	マーケティングとは何か、なぜマーケティングが必要なのかをある程度理解し、少し説明することができる。	マーケティングとは何か、なぜマーケティングが必要なのかについての理解が不十分で、説明することができない。	マーケティングとは何か、なぜマーケティングが必要なのかについて、まったく理解できていない。
	4つのP (マーケティングの根幹を成すフレーム)	「4つのP」それぞれの戦略内容について、十分に理解し、説明することができる。	「4つのP」それぞれの戦略内容について、ある程度理解し、少し説明することができる。	「4つのP」それぞれの戦略内容についての理解が不十分で、説明することができない。	「4つのP」それぞれの戦略内容について、まったく理解できていない。
	持続可能なマーケティング	顧客志向やブランドロイヤルティなど持続可能な事業発展について十分に理解し、説明することができる。	顧客志向やブランドロイヤルティなど持続可能な事業発展について、ある程度理解し、少し説明することができる。	顧客志向やブランドロイヤルティなど持続可能な事業発展についての理解が不十分で、説明することができない。	顧客志向やブランドロイヤルティなど持続可能な事業発展について、まったく理解できていない。
態度	熱心な学習態度と発言	熱心な態度で授業に参加し、積極的に発言している	特に積極的とは言えないが、真面目に授業に参加している。	授業への参加態度や集中力が不十分である。	終始、授業に参加しない。