

専攻名	両専攻共通	必修・選択	選択	単位	2	学期	4Q
科目群	事業アーキテクチャ科目群	科目名 (英文表記)	マーケティング特論 Marketing			教員名	川名 周

概要	マーケティング、特に、マーケティング・コミュニケーションとは何かを理解することを目的に講義を進める。適宜、グループワークによるディスカッションやプレゼンテーションを入れることで、マーケティングを「自分ごと」としていく。		
目的・狙い	「社会人学び直し」マーケティング講座の位置づけで、マーケティングの基礎から実務、そして、最新トピックまで学ぶ。 あわせて、情報アーキテクト、そして、ものづくりアーキテクトのプロとして進む者にとって、マーケティング機能がどのように関わってくるのか、その関連性についても論ずる。 マーケティング実務に関わったことが無い者にも、演習等を通して、体得型の理解を進める。 修得できる知識単位: (A2) K-08-19-01 経営戦略手法 レベル4 (A2) K-08-19-02 マーケティング レベル4 (A2) K-08-19-03 ビジネス戦略と目標・評価 レベル4 (A2) K-10-24-01 顧客のビジネス知識 レベル4		
前提知識 (履修条件)	マーケティングに興味／関心があること（マーケティング実務経験の有無は問わない。）。		
到達目標	上位到達目標 「マーケティング」とは何かの感覚やセンスが身に付く。実務でより一つ上のマーケティングにチャレンジできる。情報アーキテクト、ものづくりアーキテクトを進める上で、マーケティング要素を加えられ、より成功確率の高い事業を行える。 最低到達目標 「マーケティング」の概念理解、「マーケティング・コミュニケーション」／広告論の基礎理解		
授業の形態	形態	実施	特徴・留意点
	録画・対面混合授業	—	
対面授業	講義（双方向）	○	各回、簡単なクイズ（ワークシート）あり。
	実習・演習（個人）	—	
	実習・演習（グループ）	○	講義期間中にグループワークを数回行う予定
	サテライト開講授業	—	
	その他	—	
授業外の学習	毎回配布するワークシート（講義の感想や次回テーマに関すること等）に答えてくる。		
授業の内容	本科目は、講師よりの講義／講師とのディスカッション／グループワークから構成される。		

授業の計画	回数	内容	サテライト 開講	対面/録画
	第 1 回	オリエンテーション／マーケティングとは／マーケティングの定義	—	対面
	第 2 回	マーケティングセオリー・代表的フレームワーク	—	対面
	第 3 回	マーケティングリサーチの基礎／その種類と実際	—	対面
	第 4 回	マーケティングリサーチと商品開発	—	対面
	第 5 回	マーケティングプランニングの実際／マーケティングセオリーを使ったワークショップ含む。>	—	対面
	第 6 回	逆転のマーケティング	—	対面
	第 7 回	マーケティングセオリー演習（冬休み宿題）解答あわせ／メディア・マーケティングの基礎：広告メディアの種類と実際／日本の広告費	—	対面
	第 8 回	マーケティング・コミュニケーションの基礎：クリエイティブメッセージを解読する。 クリエイティブブリーフ＝CM 探偵（演習）	—	対面
	第 9 回	マーケティング・コミュニケーションの基礎：クリエイティブメッセージを解読する。 クリエイティブブリーフ＝CM 探偵（演習）その 2	—	対面
	第 10 回	エンゲージメント型マーケティング／グループ演習：オリエンテーション～個人仮説	—	対面
	第 11 回	ゲスト講師による最新トピックス	—	対面
	第 12 回	グループ演習：グループワーク	—	対面
	第 13 回	講義：プレゼンテーションの心得／グループ演習：グループワーク（まとめ）	—	対面
	第 14 回	グループ演習：プレゼンテーション	—	対面
	第 15 回	まとめ／講評	—	対面
	試験	1～15 回の内容に関する試験	—	対面
成績評価	毎回のワークシート（30 点）／演習参加貢献度（30 点）／最終試験（40 点）			
教科書・教材	教材を適宜配布する。			
参考図書	「自分ごとだと人は動く」博報堂 DY グループ エンゲージメント研究会著（ダイヤモンド社 2009 年）そして「本当のブランド理念について語ろう」（CCC メディアハウス 2013 年）を参考図書とし、その他参考図書は、講義時に必要に応じ、適宜指示／伝達する。			