

コース名	東京テックイノベーションプログラム	コマ数	3	時間数	4.5
科目名	マーケティングの基礎	教員名	川名 周		
概要	<p>起業・そしてその後の事業運営、また新規事業開発にとって「マーケティング」は切ってもきれない要素となる。その「マーケティング」に関する基本要項(=市場環境分析・基本戦略<stp>・マーケティング MIX4p とコンセプト)を3コマで教授する。</p> <p>stp=セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング 4p=Product Price Place Promotion</p>				
目的・狙い	<p>起業・事業運営・新規事業開発におけるマーケティングの重要性を理解してもらい、基本理論に関しての戦略策定を可能とする。しいては、事業計画書の精度をあげ、一つ上のレベルでの戦略性をもった事業計画を可能とする。</p>				
履修条件 (履修数の 上限、要求 する前提知 識等)	<p>マーケティングに関する受講が初めての人でも、また、学び直しとなる人でも、どちらでも可能。</p>				
到達目標	上位到達目標				
	マーケティングプロセス、基本戦略<stp>、マーケティング Mix を理解し、事業におけるマーケティング戦略作成ができるようになる。				
	最低到達目標				
	マーケティングプロセス及び stp の理解。				
授業実施形 態 (単一また は複数から 構成され る)	形態	○	留意点		
	対面型	○			
	ハイフレックス型(オンタイム)	○			
	ハイフレックス型(録画併用)	○	講義内演習があるので、できるだけオンタイムが望ましい		
	録画視聴型				
授業外学習	1 回目と2回目の間に、個人ワーク(レポート)の宿題が出ます				
授業の進め 方(グルー プワーク方 式など、進 め方の特 徴)	<p>講師からの講義と講義内演習(グループワーク・個人ワーク)の形式により教授する。 また、第一日目の最後に個人ワーク演習を課し、第二日目に、それぞれの解答へのフィードバックを行なっていく。</p>				

	回数	内容	授業実施形態 [対]、[ハ(オ)]、[ハ(録)]、[録]
授業の計画	第1回	マーケティングの歴史・定義。マーケティングプロセス。リサーチ市場環境分析。ケーススタディ。	[対]、[ハ(オ)]、[ハ(録)]、
	第2回	基本戦略 stp。マーケティング MIX4P とコンセプト。個人課題の付与。	[対]、[ハ(オ)]、[ハ(録)]、
	第3回	個人課題への各自プレゼン～講評フィードバック。まとめ。	[対]、[ハ(オ)]、[ハ(録)]、
成績評価	毎回のグループワーク&クラス討議貢献度及び個人ワークレポート		
教科書・教材	特になし		
参考図書	『「自分ごと」だと人は動く』(ダイヤモンド社)博報堂 DY ホールディングスエンゲージメント研究会		