

《単位互換提供科目詳細（シラバス）》

* 科目 No.

2113

科目概要記入欄

1. 開設大学名	広島大学			科目開講 キャンパス	東千田キャンパス	
2. 科 目 名	正式科目名	マーケティング論 1			クラス名	
	副題				配当年次	2 年次
					受入学年	
	旧科目名					
	学問分野	番号	2 4	名称	社会科学	
	サテライトで開講される科目の科目群			A 群	B 群	
3. 担当教員名	徐 恩之					
4. 単 位 数	2 単位		5. 開講学期	前期		
6. 開講期間 曜日・時間	2019 年 4 月 9 日（火）～ 2019 年 7 月 30 日（火） 火曜日 18：00 ～ 19：30					
個別開講日	1 回目 4/9	2 回目 4/16	3 回目 4/23	4 回目 5/7	5 回目 5/14	6 回目 5/21
	7 回目 5/28	8 回目 6/4	9 回目 6/11	10 回目 6/18	11 回目 6/25	12 回目 7/2
	13 回目 7/9	14 回目 7/16	15 回目 7/23	16 回目 /	試験日	7/30
7. 基礎知識の有無	1. 「基礎知識を必要とする科目」 ② 「基礎知識を必要としない科目」					
8. 募集人数 （総授業定員）	5 人 （人）		9. 定員超過時の 選考方法	書類選考		
10. 科目内容・ 授業計画	マーケティング論は、企業の市場に対するアプローチを理論化したものです。本講義では、今の日本企業と消費者の動向に焦点を当てながらマーケティングの諸理論を理解していく。よって、本講義の目的は、次の2つです。1）市場と企業組織の行動における概念及び理論に関する基礎的な知識を学ぶ、2）学んだ基礎理論に基づき、現代の市場の動向や企業行動に関する諸問題を分析する。 第1回 マーケティングの考え方 第2回 製品差別化 第3回 市場細分化 第4回 製品ライフサイクル 第5回 消費者行動 第6回 新製品開発 第7回 製品とプロモーション 第8回 チャネルと価格 第9回 戦略的マーケティング 第10回 マーケティングの組織と資源 第11回 マーケティングにおける関係の理論 第12回 チャネル関係の構築 第13回 ビジネスマーケティング 第14回 国際マーケティング 第15回 サービスマーケティング					
11. 試験・評価方法	グループ発表：30%、レポート：20%、出席：10%、期末テスト：40%					
12. 別途負担費用						
13. その他特記事項	主要テキスト：高嶋克義・桑原秀史 『現代マーケティング論』有斐閣アルマ					
14. サテライト科目の 社会人受講について	科目等履修生（単位付与）として受け入れ				可	否
	聴講生（単位認定不要）として受け入れ				可	否