

## 《単位互換提供科目詳細（シラバス）》

\* 科目 No. 2106

## 科目概要記入欄

1. 開設大学	広島大学 経済学部		開催方法	■対面（東千田キャンパス）	
				□オンライン（同時・録画・資料提示）	
				□その他（ ）	
	正式科目名 副題	マーケティング論 1		配当年次	2 年次
				受入学年	
	学問分野	番号	24	名称	商学・経営
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	2022 年 4 月 14 日（木）～2022 年 8 月 4 日（木） ※5/2(月)授業日 木曜日 19:40～21:10				
7. 基礎知識の有無	「基礎知識を必要としない科目」				
8. 募集人数	5 人		9. 選考方法	書類選考	
10. 科目内容・ 授業計画	<p>マーケティングとは、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、マーケティング論という市場の概念を理解した上に、市場を分析する方法を始め、顧客を理解して販売していくプロセスにかかわる諸問題を、体系的に勉強していきます。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、現代の市場動向や企業行動に関する諸問題を分析する。</p> <p>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 消費者行動論 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</p>				
11. 試験・評価方法	グループ発表：30% 中間レポート：20% 受講態度：10% 期末テスト：40%				
12. 別途負担費用	テキスト名：高嶋克義・桑原秀史 『現代マーケティング論』有斐閣アルマ 2200 円				
13. その他特記事項	成績評価のため、1回もしくは2回のグループ発表が、必須となります。発表グループは、1回目の授業で決めます。				
14. 社会人受講	科目等履修生（単位付与）として受け入れ			<input checked="" type="checkbox"/>	否
	聴講生（単位認定不要）として受け入れ			<input checked="" type="checkbox"/>	否

※コロナ禍の影響により、対面授業はオンライン（同時・録画・資料）へ変更になる場合があります。