

大阪情報コンピュータ専門学校 授業シラバス (2020年度)

専門分野区分	経営学	科 目 名	マーケティング論II			科目コード	T1880A1									
配 当 期	前期・後期・通年	授業実施形態		通常・集中	単 位 数		<u>2 単位</u>									
担当教員名	高岸 義	履修グループ		<u>2I(BI/BO)</u>	授業方法		講義									
実務経験の内 容																
学習一般目標	マーケティングの理論的な内容だけではなく、実践的な内容を修得することを目標とする。															
授業の概要および学習上の助言	マーケティングに関する正しい理解が得られるよう、概念、機能、構造、過程、環境などの基礎知識を理解したうえで、マーケティング活動がどのような構成要素のもとに、いかなる環境のもとで、いかに決定が行われるかを、現実の諸問題を含めて実践的な内容で学んでいく。また、就職や大学編入に役立つ内容にもなっている。															
教科書および参考書	「プレステップ マーケティング<新版>」弘文堂、「図解 わかる!マーケティング<新版>」ダイヤモンド社、「日経ビジネス」プリント配布															
履修に必要な予備知識や技能	日頃から、新聞や経済雑誌など読書習慣を身につけ、世の中の動向に 관심を持って欲しい。															
使 用 機 器																
使 用 ソ フ ト																
学習到達目標	学部DP(番号表記)	学生が達成すべき行動目標														
	1	マーケティングの基礎用語を説明することができる。														
	1・3	マーケティングにおける実践的な内容を理解することができる。														
	2	マーケティングの知識を活用して問題に対応することができる。														
	5	基礎的な知識を修得することから、より高度な知識への興味、関心を喚起できる。														
達成度評価	評価方法	試験	クイズ 小テスト	レポート	成果発表 (口頭・実技)	作品	ポート フォリ オ	その他	合計							
	総合評価割合	70						30	100							
	学 部 D P	1.知識・理解	40						40							
		2.思考・判断	15						15							
		3.態度	15						15							
		4.技能・表現														
		5.関心・意欲						30	30							

評価の要点	評価方法	評価の実施方法と注意点
	試験	定期試験期間中に筆記試験を実施する。
	クイズ 小テスト	
	レポート	毎回、簡単な課題を行う。
	成果発表 (口頭・実技)	課題を発表してもらう。
	作品	
	ポートフォリオ	
	その他	授業への出席、取り組みなどを含め総合的に評価する。

授業明細表

回数 日付	学習内容	授業の運営方法	学習課題(予習・復習)
第1週 /	科目概要説明	講義	特になし。
第2週 /	具体例で考えるS T P	講義	適宜指示する。
第3週 /	具体例で考える4つのP	講義	適宜指示する。
第4週 /	売り手、買い手の力関係	講義	適宜指示する。
第5週 /	業界内の競争関係	講義	適宜指示する。
第6週 /	消費者行動（1）	講義	適宜指示する。
第7週 /	消費者行動（2）	講義	適宜指示する。
第8週 /	e コマース	講義	適宜指示する。
第9週 /	サービス業のマーケティング（1）	講義	適宜指示する。
第10週 /	サービス業のマーケティング（2）	講義	適宜指示する。
第11週 /	法律と政策の関与	講義	適宜指示する。
第12週 /	ソーシャル・マーケティング（1）	講義	適宜指示する。
第13週 /	ソーシャル・マーケティング（2）	講義	適宜指示する。
第14週 /	定期試験対策	講義	適宜指示する。
第15週 /	まとめ	講義	適宜指示する。