

| 2016年度 後期 | | リフレクションペーパー | | | | | | |
|---------------------|---|--------------|-----------|------|------|-----|------|----|
| 学科名 | 経営ビジネス学科 | | | | | | | |
| 科目名 | マーケティング論 | | | | | | | |
| 科目区分 | 専門科目 | 単位数 | 2 | 開講時期 | 後期 | | | |
| 必修・選択の別 | 必修 | | | | | | | |
| 担当者 | 太田壮哉 | | | | | | | |
| 授業の到達目標 (シラバスから) | <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング的な考え方ができるようになる。 ・物事を見る視点が変わる。 ・ある商品の広告等を見てその意図をある程度説明できるようになる。 | | | | | | | |
| 日程と内容 | <p>第1回 導入講義－講義の進め方と概要の説明、成績評価方法</p> <p>第2回 マーケティング・ミックス</p> <p>第3回 S T P</p> <p>第4回 ブランドマネジメントⅠ－ブランドとは？</p> <p>第5回 ブランドマネジメントⅡ－二次的ブランド連想</p> <p>第6回 顧客満足マネジメント</p> <p>第7回 関係性維持</p> <p>第8回 サービス・ドミナント・ロジック</p> <p>第9回 価格戦略Ⅰ－価格のコントロール</p> <p>第10回 価格戦略Ⅱ－心の価格コントロール</p> <p>第11回 流通戦略</p> <p>第12回 プロモーション戦略</p> <p>第13回 クチコミ・マーケティング</p> <p>第14回 グローバル・マーケティング－標準化と適合化</p> <p>第15回 総括(今後の日本企業に求められるもの)</p> <p>定期試験 第15回目の講義にて詳細を説明。</p> | | | | | | | |
| 成績評価基準 | 定期試験 | 100% | 実技 | 0% | 臨時試験 | 0% | 部外評価 | 0% |
| | 報告書・レポート | 0% | プレゼンテーション | 0% | 課題 | 0% | | |
| | 演習 | 0% | 計 | 100% | | | | |
| 授業到達目標の達成度 | <p>マーケティングに興味をもってくれた学生がいた。</p> <p>目標到達まで至れたかは不明だが、マーケティングの考え方に面白さを見出してくれた学生を生み出したことは今後経営学を学ぶ上でも大きな一歩といえる。</p> | | | | | | | |
| 反省点 | 特になし。 | | | | | | | |
| 来年度の計画 | 参加型のアプリを活用した講義を試みようと考えている。 | | | | | | | |
| 授業評価アンケートに対するコメント | <p>すべてのコメントは好意的なものであった。</p> <p>その中に「もう少し詳しく説明して欲しい」という意欲的な意見もあったことから、来年度は話しきれなかった部分に関しては次の講義で補足をする等して対応しようと思う。</p> | | | | | | | |
| 履修登録者数 | 148名 | 定期試験 受験者数 | 138名 | 合格者数 | 121名 | 合格率 | 88% | |