

シラバス情報

| | | | |
|------------|--|--|-------------------|
| 授業方法 | 講義 実験 ・ 実習 | | |
| 系 列 | サービスマネジメント | | |
| 科 目 名 | マーケティング | | |
| 必修・選択 | 必修科目 ・ 選択科目 | | |
| 対象学科 | 一級自動車整備科 | | |
| 年次学期・曜日・時限 | 4年後期 | 木曜日 | 3・4時限 |
| 時 限 数 | 26時限（中間及び期末試験を含む） | | |
| 担当教員名 | 板垣 潮 | | |
| 実務経験 | 有 ・ 無 | | |
| | | | |
| 授業の目的 | 企業及び他の組織がグローバルな視点に立ち、顧客との相互理解を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動の基礎を学び、自動車業界におけるマーケティング及び自動車整備業界におけるサービスマーケティングについて考える。 | | |
| テキスト | ①仕事のビギナーズブック 自動車業界（日刊自動車新聞 発行） ②課題プリント | | |
| 授 業 計 画 | | | |
| 授業回数 | テーマ | 内容・方法等 | 使用テキスト 範囲 |
| 第1回 | 消費者心理 | マズローの欲求5段階説、ニーズとウォンツ、購買行動、AIDMA理論、製品分類、ベネフィット他 | ②課題プリント |
| 第2回 | 市場環境 | 市場環境、顧客意識と購買習慣等 | ①P110- ②課題プリント |
| 第3回 | 市場環境 | 顧客意識、商圏分析、比較分析、SWOT分析等 | ①110- ②課題プリント |
| 第4回 | マーケティング概要 | マーケティングとは マーケティングの重要性 | ②課題プリント |
| 第5回 | 業界分析 | クルマという商品、市場環境、市場動向と課題 販売店の商圏分析、お客様感覚、他店比較等 | ①110- ②課題プリント |
| 第6回 | 業界分析 | 分析手法、SWOT分析、3C分析等 | ②課題プリント |
| 第7回 | マーケティング基礎 | STP、セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング等 | ②課題プリント |
| | 中間試験 | 第6回までの授業内容に関する筆記試験 | |
| 第8回 | マーケティング基礎 | マーケティングミックス、4P プロダクトについて、製品階層等 | ②課題プリント |
| 第9回 | マーケティング基礎 | マーケティングミックス、4P プライスについて、価格戦略 | ②課題プリント |

| | | | |
|-------------------|---|---|---------|
| 第 10 回 | マーケティング基礎 | マーケティングミックス、4P プレイスについて、チャンネル、流通、物流等 | ②課題プリント |
| 第 11 回 | マーケティング基礎 | マーケティングミックス、4P プロモーションについて | ②課題プリント |
| 第 12 回 | マーケティング基礎 | マーケティングミックス、4P マーケティングコミュニケーションについて | ②課題プリント |
| | 期末試験 | 第1回～第12回までの授業内容に関する 筆記試験 | |
| 到達目標 | マーケティングの基礎知識（考え方や手法及び用語）を学び、組織人として、企業活動の全体像を意識し考え行動できる能力の下地を形成する。 | | |
| 成績評価方法 | 平常点（小テスト、レポートやノートの提出とその評価、出席及び授業態度）、中間試験並びに期末試験を合算して行う。 | | |
| 定期試験受験資格 | 開講された全時限に出席し、レポート・ノートの提出が完了している者。 欠席した時限がある場合は、補講も完了している者。 | | |
| 成績評価基準 | <p>成績評価は、期末試験の点数が50点を満たした上で、100点を満点とする整数について、次の割合で行う。</p> <p>中間試験の点数 30%</p> <p>期末試験の点数 50%</p> <p>平常点 20%</p> <p>上記の割合によって学期末の評点が70点以上である場合、以下により評価する。</p> <p>70～79点＝良、80～89点＝優、90点以上＝秀</p> <p>70点未満の場合、再試験を行い、試験点のみで70点以上のとき履修を認定し、成績は70点＝良とする。</p> | | |
| 成績評価できない 場合の基準 | 全講義を終了時点の出席率が50%を満たしていない場合、 又は、成績評価が70点未満の場合。 | | |