

電気通信大学 平成20年度シラバス

授業科目名	マーケティング科学		
英文授業科目名	Marketing Science		
開講年度	2008年度	開講年次	4年次
開講学期	前学期	開講コース・課程	昼間コース
授業の方法	講義	単位数	2
科目区分	専門科目-学科専門科目-選択科目		
開講学科・専攻	システム工学科		
担当教官名	田島 博和		
居室	非常勤講師		

公開E-Mail	授業関連Webページ
htajima@tku.ac.jp	http://www.tku.ac.jp/~htajima/lecture.html

【主題および達成目標】
マーケティング意思決定を科学的に行うための基礎と応用について学ぶ。

【前もって履修しておくべき科目】
なし。

【前もって履修しておくことが望ましい科目】
ミクロ経済学および経営学。

【教科書等】
なし。上述のWebから去年のノートをダウンロードして持参すること。参考書としては、たとえば次の本がある：古川・守口・阿部『マーケティング・サイエンス入門』有斐閣、2003年。

【授業内容とその進め方】
<ol style="list-style-type: none"> 1. 消費財市場のマーケティング概論 2. 消費者の購買行動 <ol style="list-style-type: none"> 2-1 消費者行動のモデル 2-2 確率的離散選択モデル(ロジットモデル) 3. 市場の分析 <ol style="list-style-type: none"> 3-1 市場の細分化(セグメンテーション) 3-2 競争市場構造分析 3-3 ジョイントスペース分析 4. ポジショニング

電気通信大学 平成20年度シラバス

- 5 . 新製品の普及過程
- 6 . 最近のトピックス
 - 6 - 1 S C M (supply Chain Management)
 - 6 - 2 C R M (Customer Relationship Management)

【成績評価方法及び評価基準(最低達成基準を含む)】

定期試験・レポート・発言点などから総合的に評価する。

【オフィスアワー：授業相談】

特に設けない。質問等は電子メールで受け付ける。

【学生へのメッセージ】

実際のマーケティング意思決定にはアートとサイエンスの両方が必要ですが、ここではまず、サイエンスの部分について学びます。

【その他】