

電気通信大学 平成18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	2006年度	開講年次	4年次
開講学期	7学期	開講コース・課程	昼間コース
授業の方法		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	山田(孝)、宇野、中牧		
居室	P-510		

公開E-Mail	授業関連Webページ
takako@is.uec.ac.jp	

【主題および達成目標】
<p>「売れる仕掛け」、「利益の出る仕掛け」、「集まる仕掛け」をどう作るか。実際のビジネスでは様々な問題が混在し、マーケティングはこれらの問題を解決するための提案を行うことを目的としている。本講義ではデータに基づき科学的にそのような提案やアイデアを導く事例を社会調査の専門研究者である宇野講師、リクルート社でR25,ゼクシィ、ジャランなど様々な雑誌企画を統括される馬場講師、広告代理店で長年、広告の企画、営業を担当した実務家中牧講師による講義を通して学ぶ。</p>

【前もって履修しておくべき科目】
特になし

【前もって履修しておくことが望ましい科目】
特になし

【教科書等】
特に指定しない、必要に応じて資料を配布し、参考文献を紹介する。

【授業内容とその進め方】

講義は次の内容を予定している。
ただし学外の実務家による講義は講師の都合により内容が
適宜変更される場合がある。

- (1) 山田：イントロダクション
- (2) 山田：マーケティング理論の基礎
- (3) 山田：プロダクトマネジメント
- (4) 山田：消費者行動の理論
- (5) 山田：広告コミュニケーション
- (6) 山田：価格戦略
- (7) 山田：流通モデル
- (8) 馬場：マーケティングリサーチの実際：雑誌の企画、プランニング
- (9) 中牧：テレビ視聴率と広告；番組視聴率概要
- (10) 馬場：データの収集と分析の実際
- (11) 中牧：クリエイティブの評価と効果測定・メディアプランニングと新しいメディア
- (12) 宇野：マーケティングと社会調査I 市場分析
- (13) 宇野：マーケティングと社会調査II リサーチの活用

【成績評価方法及び評価基準(最低達成基準を含む)】

オムニバス方式の講義であるので、
3名の講師からの課題をまとめて最終レポートとして課す。
評価は各講師による採点を総合して行う。

【オフィスアワー：授業相談】

適宜相談に応じるが、原則として金曜日の講義後とする。
また電子メールによる質問等は随時各講師で受け付ける。

【学生へのメッセージ】

定量的なデータに基づく科学的なマーケティングは現代のマーケティングには欠かせない。しかし得られた分析結果や知見を実際の企業活動で生かすためには営業や販売促進といった現場での物事の考え方、進め方への理解が不可欠である。様々な企業の製品やサービスの裏側にある消費者までの道のりを知る機会として本講義を活かして欲しい。

電気通信大学 平成18年度シラバス

【その他】