

科目名	マーケティング戦略とブランドマネジメント
開講日程(学期・曜日・講時)	10月3日、10日、17日、24日(水曜) 3, 4講時(13:00~14:30、14:45~16:15)
担当者	佐藤研司(龍谷大学名誉教授・マーケティングサイエンス代表)

副題	なぜモノは売れるのか		
授業の到達目標	企業におけるマーケティングやブランドの役割を理解する		
授業の概要	マーケティングは商品売る仕組みづくり。どのような企業でも必要なマーケティングやブランディングの基本的な機能についての理解を深める。		
授業の計画	第1回【10/3(水)】3講時	供給過小と供給過多	
	第2回【10/3(水)】4講時	売るための仕組みづくり	
	第3回【10/10(水)】3講時	客は何を求めているのか	
	第4回【10/10(水)】4講時	どこで買うの	
	第5回【10/17(水)】3講時	競争に勝ち残るには	
	第6回【10/17(水)】4講時	安ければ売れる・高くても売れる	
	第7回【10/24(水)】3講時	商品を選択する手掛かり(ブランド)	
	第8回【10/24(水)】4講時	客は何にお金を払うのか	
評価方法	評価項目	配分(%)	評価の観点
	授業内容の理解	50	各回のコメントシートにおけるふりかえりにおいて、授業内容が理解できているか否か。
	授業への参加度	50	主体的な授業への参加ができたか否か。
授業時間外の学習について			
受講生へのメッセージ	マーケティングに正解はありません。いろいろな考え方や見方が重要です。この授業は基本的に受講生のディスカッションで進められる参加型の授業です。		
教科書			
参考書			
京女AL(アクティブラーニング)区分	グループ学習(PBL※を取り入れた授業・ブレインストーミング) ディスカッション/ディベート(ケーススタディ/ロールプレイング等を含む)		

※Problem-Based Learning/Project-Based Learning

課題解決のためのプロジェクト型学習