

科目名・授業形態	マーケティング【オンデマンド】
開講日程(学期・曜日・講時)	オンデマンド
担当者	岩佐英史 講師

副題	マーケティングの戦略と実際(自分の成功体験、失敗体験に基づく実践的アプローチ)		
授業の到達目標	ブランド力を強化する為のコミュニケーション戦略はどうすべきか、13:13実例を通じて論じる		
授業の概要	「マーケティングとは、how to sell、それは一商品戦略×コミュニケーション戦略×営業戦略―掛け算である」とりわけBtoC企業にとってはマーケティングは重要である。新商品・商品がメガブランドとなり経営に貢献するようになるには、新商品のコンセプトの斬新さ、それを支え進化させるコミュニケーション戦略、営業戦略の連携がとても重要である。講師はブランド・コミュニケーション・営業どの分野においても、担当一課長一部長一役員を経験している。その経験の中から成功・失敗事例を通じてマーケティングにアプローチしたい。		
授業の計画	第 1回 経営とブランド	ブランド論・新商品開発に言及し、BtoC企業にとりブランドの盛衰が経営を左右する事を明らかにする。	
	第 2回 営業戦略	ブランド力を強化する為の営業戦略はどうあるべきか、実例を通じて論じる。	
	第 3回 コミュニケーション戦略	ブランド力を強化する為のコミュニケーション戦略はどうすべきか、実例を通じて論じる	
	第 4回 失敗の本質 (ケーススタディ)	マーケティング史上最大の失敗の一つであるラガー生化について論じる。	
評価方法	評価項目	配分(%)	評価の観点
	最終簡易レポート	100%	ケーススタディから、当時自分がキリンビルマーケティング部長であればどう判断したかレポートして頂きたい
履修生へのメッセージ	マーケティングに関する知見を深めましょう。知らないこと・足りないものは聞いて、調べて、どんどんこれから補えば良いので。様々な市場、環境、立場ごとで、考え方は変わる場合もあります。今の価値観で過去を断罪してもそれは後知恵です。大切なのはその場に身を置いて、臆せず自分なりの確固たる考えを述べ、議論する事です。それが深い洞察力に繋がります。皆さんの積極的なコミットメントを期待します。		
教科書	講師のプレゼン資料		
参考書	特記しませんが、相談があれば案内します		