

2026年度 SYLLABUS 【博士前期課程】

授業科目名：マーケティング戦略論特論		専修：経営専修
担当教員名：保田 宗良		科目区分：展開科目
<p>授業科目概要：</p> <p>この講義では、マーケティングの基礎理論を学習した後、戦略に関する事例研究を進めます。成功事例の重要なファクターを抽出して、その本質を探究します。客観的データを用いて、根拠に基づく考察を深める能力を養います。青森地域の特徴のある企業を事例として扱い、マーケティング戦略の創意、工夫を深堀します。</p>		
<p>履修上の留意事項：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・積み上げ方式です。毎回の出席が重要です。 ・公的資料、客観的データを活用します。 ・関連する文献、ホームページは、その都度紹介します。 ・根拠のある議論を求めます。 ・質問は、メールで随時受け付けます。 		
教科書・参考書（参考文献）		
<p>書名：マーケティング・オン・ビジネス 第2版</p> <p>著者／編者：有馬賢治・岡本純編著</p> <p>出版社：新世社</p> <p>出版年：2024年</p>	<p>書名：サービス・マーケティング</p> <p>著者／編者：黒岩健一郎・浦野寛子</p> <p>出版社：有斐閣</p> <p>出版年：2021年</p>	
<p>書名：デジタル時代のブランド戦略</p> <p>著者／編者：田中洋編</p> <p>出版社：有斐閣</p> <p>出版年：2023年</p>	<p>書名：消費経済学</p> <p>著者／編者：関谷喜三郎・宮阪雅幸・安田武彦編著</p> <p>出版社：五紘舎</p> <p>出版年：2025年</p>	
<p>書名：</p> <p>著者／編者：</p> <p>出版社：</p> <p>出版年：</p>	<p>書名：</p> <p>著者／編者：</p> <p>出版社：</p> <p>出版年：</p>	
ディプロマ・ポリシー（DP）との関係		
DP1	DP2	DP3
○		
<p>到達目標：</p> <p>マーケティング研究は、総合知が求められます。消費者のインサイトを的確に把握するためには複数の研究方法の修得が不可欠です。したがって、軸となる研究方法を深く理解することが講義の到達目標となります。</p>		
<p>評価方法及び評価基準：</p> <p>講義に臨む姿勢（予習、復習、質の高い議論）とレポートの完成度を総合して評価します。配点は各50点です。</p> <p>研究科の評価基準に合わせます。授業内容の理解、応用、発展の観点から上記の方法で評価を確定します。</p>		
<p>授業の方法：</p> <p>毎回論点を呈示し、その論点について多角的な議論を進めることで、見えてはいないが重要な要因（ファクターX）を明確化します。</p> <p>有力企業のビジネスモデルを参照し、そこからマーケティング戦略の強みを描写します。学部でマーケティングを履修していない受講者には、フォローの指導をします。</p>		

第1回	<p>テーマ：マーケティングのアウトライン</p> <p>内 容：学習する範囲の確定</p> <p>教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス</p>
第2回	<p>テーマ：企業活動とマーケティング</p> <p>内 容：マーケティングの役割を明確にする</p> <p>教科書／参考書 マーケティング・オン。ビジネス</p>
第3回	<p>テーマ：競争とマーケティング</p> <p>内 容：経営戦略とマーケティング戦略の関係</p> <p>教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス</p>
第4回	<p>テーマ： マーケティング・プランニング</p> <p>内 容： マーケティング戦略の進め方</p> <p>教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス</p>
第5回	<p>テーマ：プロダクト・デザイン</p> <p>内 容：製品ミックスの戦術研究</p> <p>教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス</p>
第6回	<p>テーマ：マーケティングと組織</p> <p>内 容：インターナル・マーケティング</p> <p>教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス</p>
第7回	<p>テーマ：インターネット・マーケティング</p> <p>内 容：デジタル時代のマーケティング戦略</p> <p>教科書／参考書 マーケティング・オン・ビジネス</p>
第8回	<p>テーマ：価値共創マーケティング (1)</p> <p>内 容：価値共創の基礎学習</p> <p>教科書／参考書 プリントを配布します。</p>
第9回	<p>テーマ：価値共創マーケティング (2)</p> <p>内 容：価値共創の事例研究</p> <p>教科書／参考書 プリントを配布します。</p>
第10回	<p>テーマ：サービス・マーケティング (1)</p> <p>内 容：顧客接点の見直し</p> <p>教科書／参考書 サービス・マーケティング</p>
第11回	<p>テーマ：サービス・マーケティング (2)</p> <p>内 容：青森県内のサービス・マーケティングの取り組みについての事例研究</p> <p>教科書／参考書 プリントを配布します。</p>
第12回	<p>テーマ：ブランド戦略</p> <p>内 容：デジタル活用のブランド展開</p> <p>教科書／参考書 デジタル時代のブランド戦略</p>
第13回	<p>テーマ：長寿企業のブランド戦略</p> <p>内 容：青森県内の長寿企業のマーケティング戦略に関する事例研究</p> <p>教科書／参考書 プリントを配布します。</p>
第14回	<p>テーマ：研究方法の探索</p> <p>内 容：研究の進め方の軸を探究する。</p> <p>教科書／参考書 プリントを配布します。</p>
第15回	<p>テーマ：全体の総括</p> <p>内 容：半期の復習、レポート内容の概要報告、履修者による相互評価</p> <p>教科書／参考書 使用しません。</p>