

地域企業マーケティング特論（2単位）

担当者氏名 野村 比加留

◆学習・教育目標（到達目標を記載）

本講義ではマーケティングの基礎を学んだ後に、地域及び地域企業が抱える諸問題（地場産業の経営、地域ブランド、流通、情報発信、観光、地域活性化、プロモーション、グローバル化、グローカリゼーションなど）について学び、これらを解決するために、地域企業にとって実施可能なマーケティングやマネジメントについて論理的に討論・検討する。よって、学習・教育目標は、①マーケティングの基礎について理解する、②地域及び地域企業が直面している諸問題について学習し理解を深めること、③これらの諸問題を解決するためにマーケティングがどのような役割を果たすのかを理解することである。戦略や政策が提言できるようにすることが到達目標である。

◆取り扱う領域（キーワードで記載） ご自身のキーワードを記入してください

マーケティング	地域活性化	地域企業・地場産業	情報発信
地域ブランド	グローバル化	CSR	

◆授業の進行等について

	テ ー マ	内 容	準備学習(予習復習)等の内容と分量
1	ガイダンス（第1回目）	講義ガイダンス	◎教科書の該当部分を事前に読んでくること。
2	マーケティングの基礎（第2～9週）	製品戦略、価格戦略、チャネル戦略、プロモーション戦略などを中心にして市場との関係性などのマーケティングの基礎について学習する。	◎配付資料を事前によく読んで討論できるようにしておくこと。
3	地域企業が直面する諸課題（総論）（第10～11週）	地域企業が直面する諸課題について総論的に議論・学習する。	◎ケースメソッドを使うため事前に資料をよく読んでくること。また、討論ができるように準備をしておくこと。
4	地域企業が直面する諸課題(ケーススタディ)（第12～14週）	個別のケースを取り上げ、地域企業が直面する諸課題について討論する。	
5	総括（第15週）	総括・まとめ	

◆教科書及び資料（授業前に読んでおくべき本・資料）

書名／著者／発行所（発行年）

講義の際に指示する。

◆授業をより良く理解するのに便利な参考書・資料等

書名／著者／発行所（発行年）

講義の差違に適宜指示する

◆評価の方法（レポート・小テスト・試験・課題等のウェイト）

レポート20%、授業への参加状況30%、最終課題50%で評価する。

◆オフィスアワー

水曜日1限目(通年)

◆その他受講上の注意事項

受講生の学修進捗の状況に応じて講義内容を変更する場合がある