

**戦略市場計画特論** (2単位)

担当者氏名 美土路 知之、菊地 哲夫

◆学習・教育目標 (到達目標を記載)

戦略市場計画は、ビジネスを取り巻く環境変化に対応して競争優位のための戦略や計画を構築する経営方策である。これを地域産業経営の視点から掘り下げ、地域賦存の資源を活かし提示可能な発展と地域連携の方途の解明を到達目標とする。講義のテーマは、市場における競争激化の背景と要因、および対応策（地域ブランドの創造や技術確信、関係性マーケティングなど）に係わる理論と事例的検証を通じて、産業経営学の研究課題を析出する点にある。

◆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

農水産物の流通	食品市場の再編	市場戦略と市場計画	フードシステム
地域資源利用	ローカリズム	農商工連携	農水産物のマーケティング

◆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	食料経済とフードシステムの変動についての理論的基礎(第1~4週) (担当 美土路知之)	フードビジネスや農業ビジネスの持続可能な展開に必要な、市場戦略やビジネス計画のオルタナティブについて講述する。	単元ごとに必読文献を指示するので、必ず独習して講義に臨むよう心がけて欲しい。
2	食品市場の再編と競争構造(第5~8週) (担当 菊地哲夫)	食品流通分析の基礎理論を紹介する。その上で、食品市場の再編と卸売市場の役割、食品市場の競争構造の変化と企業の対応について講述する。	
3	農水産物の流通とマーケティング (第9~12週) (担当 菊地哲夫)	農水産物の流通の現状について解説し、そのマーケティング活動を紹介する。具体的には、米、野菜、食肉(牛肉・豚肉)、水産物をその対象とする。	
4	地域発の戦略市場計画策定の実際 (第13~15週) (担当 美土路知之)	地域発の農商工の連携構築の課題と手法について総括的にとらえる。	

◆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)

基本文献を紹介し、講義のつど資料を配付する。

◆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)

『戦略市場計画』/D.エイベル・J.ハモンド/ダイヤモンド社 (1986年)、『地域ブランドと地域産業クラスターの連携』/ 斎藤修/筑波書房 (2005年)

◆評価の方法 (レポート・小テスト・試験・課題等のウエイト)

単元ごとに小テストを行うほか、全体を通じたレポートを課し、その総合点により評価する。

◆オフィスアワー

水曜日5限

◆その他受講上の注意事項