

食料経済学特論Ⅱ (2単位)

担当者氏名 大浦裕二

◆学習・教育目標 (到達目標を記載)

企業間や産地間の競争が激化する中で、各食品産業及び産地が行うマーケティング活動の重要性が高まっている。マーケティングにおける競争優位性を確立するためには、市場を的確に把握し、マーケティング戦略を構築した上で、効率的なマーケティング活動を行うことが重要である。本特論では、マーケティング論の中でもマーケティング戦略に注目し、理論的に理解し考察できる思考方法と専門知識を身に付けることを目標とする。進め方としては、マーケティング論に関するテキストを用い、各テーマに沿って受講者がレポートを作成し、プレゼンテーションを行う形式をとる。

なお、受講にあたっては「食料経済学特論Ⅰ」(大浦)を履修していることが望ましい。

◆取り扱う領域 (キーワードで記載)

<u>マーケティング</u>	<u>マーケティング戦略</u>	<u>マーケティング政策</u>	<u>関係性マーケティング</u>
<u>新商品開発</u>	<u>製品ライフサイクル</u>	<u>小売・流通構造</u>	<u>競争地位別戦略</u>

◆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	目的と講義の進め方	◎事前学習を行い、疑問点などを事前に整理しておくこと。また、各講義で配布するプリントや議論の内容について、講義後に復習すること。 (毎回の準備・復習時間は、それぞれ1~2時間程度を目安とする)
2	マーケティング環境	マーケティング・マクロ環境と競争地位別戦略	
3	同上	マーケティング・商業、小売・流通構造	
4	マーケティング戦略	市場細分化と標的設定	
5	同上	新商品開発	
6	同上	製品ライフサイクル	
7	マーケティング政策	製品政策	
8	同上	ブランド政策	
9	同上	価格政策	
10	同上	プロモーション政策	
11	同上	チャネル政策	
12	戦略の諸側面	サプライチェーンマネジメント	
13	同上	関係性・インターネットマーケティング	
14	同上	サービス・ソーシャルマーケティング	
15	まとめ	マーケティング戦略	

◆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)

マーケティング/池尾恭一・青木幸弘・南智恵子・井上哲浩/有斐閣 (2010)

◆授業をより良く理解するために便利な参考書・資料等

書名／著者／発行所 (発行年)

マーケティング戦略 (第4版) /和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦/有斐閣アルマ (2012)

◆評価の方法 (レポート・小テスト・試験・課題等のウェイト)

課題のプレゼンテーション 30%、ディスカッション 40%、レポート 30%

◆オフィスアワー

毎週火曜日の午後、研究室で質問等を受け付ける。

◆その他受講上の注意事項

授業の進行の詳細については、第1回の授業時に受講者と相談の上で決定する。
