

## シラバス情報

授業方法	講義 実験 ・ 実習		
系 列	サービスマネジメント		
科 目 名	マーケティング		
必修・選択	必修科目 ・ 選択科目		
対象学科	一級自動車整備科		
年次学期・曜日・時限	4年後期	木曜日	3・4時限
時 限 数	27時限（中間及び期末試験を除く）		
担当教員名	井浦 猛		
実務経験	有 ・ 無		
	中小企業経営者協会（地方経済団体）にて本部事務局員として多数の協会加盟企業経営者と共に協会諸活動に従事した経験を活かし、マーケティングの基礎についての講義を実施する。		
授業の目的	企業及び他の組織がグローバルな視点に立ち、顧客との相互理解を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動の基礎を学び、自動車業界におけるマーケティング及び自動車整備業界におけるサービスマーケティングについて考える。		
テキスト	①店長の仕事 実務ブック（日刊自動車新聞社 発行） ②仕事のビギナーズブック 自動車業界（日刊自動車新聞 発刊）		
授 業 計 画			
授業回数	テーマ	内容・方法等	使用テキスト 範囲
第1回	消費者心理	マズローの欲求5段階説、ニーズとウォンツ、購買行動、AIDMA理論、製品分類、ベネフィット他	①P12-20 ②P110-111
第2回	市場環境	市場環境、顧客意識と購買習慣等	①P10-20 ①P94-110
第3回	市場環境	顧客意識、商圏分析、比較分析、SWOT分析等	①P12-20 ②P110-111
第4回	マーケティング概要	マーケティングとは マーケティングの重要性	①P22-36 ①P40-66
第5回	業界分析	クルマという商品、市場環境、市場動向と課題 販売店の商圏分析、お客様感覚、他店比較等	①P10-20 ②110-124
第6回	業界分析	分析手法、SWOT分析、3C分析等	①P10-20
第7回	マーケティング基礎	STP、セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング等	①P10-36 ①P94-110
	中間試験	第7回までの授業内容に関する筆記試験	
第8回	マーケティング基礎1	マーケティングミックス、4P プロダクツについて、製品階層等	①P68-92
第9回	マーケティング基礎2	マーケティングミックス、4P プライスについて、価格戦略	①P68-92

第 10 回	マーケティング基礎 3	マーケティングミックス、4P プレイスについて、チャネル、流通、物流等	①P148-162
第 11 回	マーケティング基礎 4	マーケティングミックス、4P プロモーションについて	①P94-110
第 12 回	マーケティング基礎 5	マーケティングミックス、4P マーケティングコミュニケーションについて	
第 13 回	マーケティング基礎 6	マーケティングミックス、4P マーケティングコミュニケーションについて	
第 14 回	サービスマーケティング	サービスマーケティングについて	
	期末試験	第1回～第14回までの授業内容に関する 筆記試験	
到達目標	マーケティングの基礎知識（考え方や手法及び用語）を学び、組織人として、企業活動の全体像を意識し考え行動できる能力の下地を形成する。		
成績評価方法	平常点（小テスト、レポートやノートの提出とその評価、出席及び授業態度）、中間試験並びに期末試験を合算して行う。		
定期試験受験資格	開講された全時限に出席し、レポート・ノートの提出が完了している者。 欠席した時限がある場合は、補講も完了している者。		
成績評価基準	<p>成績評価は、期末試験の点数が50点以上を満足した上で、100点を満点とする整数について、次の割合で行う。</p> <p>中間試験の点数 30%</p> <p>期末試験の点数 50%</p> <p>平常点 20%</p> <p>上記の割合によって学期末の評点が70点以上である場合、以下により評価する。 70～79点＝良、80～89点＝優、90点以上＝秀</p> <p>70点未満の場合、再試験を行い、試験点のみで70点以上のとき履修を認定し、成績は70点＝良とする。</p>		
成績評価できない場合の基準	全講義を終了時点の出席率が50%を満たしていない場合、又は、成績評価が70点未満の場合。		