

マーケティング論

授業の概要・進め方

名古屋経済大学経営学部

徐 誠敏

(ソ ソンミン)

2020年9月29日(火)

9時半～11時

s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp

www.ssm-gcbm.com/

名古屋経済大学経営学部 徐誠敏(ソソンミン)

徐誠敏

共に成長しよう



徐誠敏(ソソンミン)の
オリジナル・キャラクター
「ブランドリ」



本日の贈る言葉



**挫折は過程、最後に成功すれば過程に変わる。
だから成功するまで諦めないだけ**

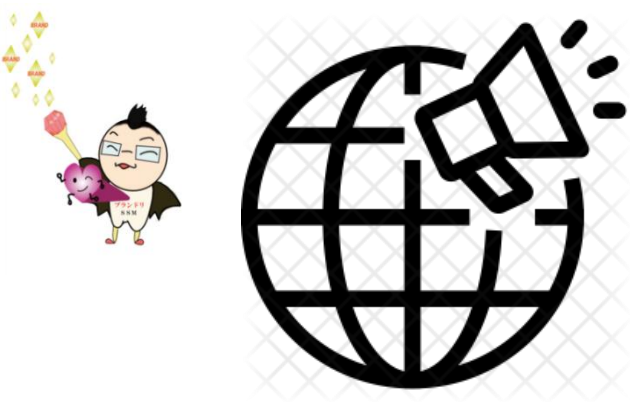
By 本田圭祐

**ポジティブに考え、ポジティブに行動し、
「マーケティング論」頑張りましょう★^^★**

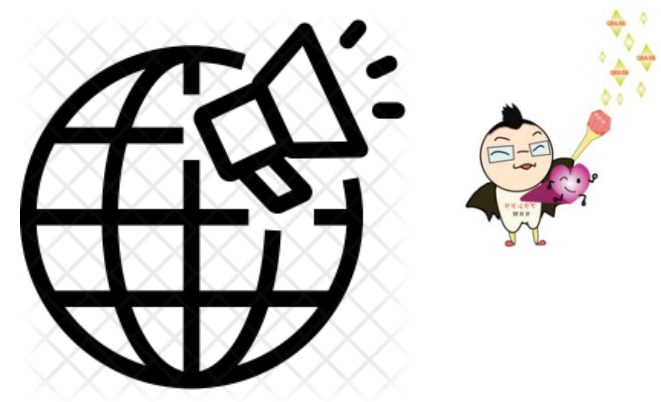


I 授業の概要と進め方





授業の概要



本授業では、マーケティングとは何か、その定義から学ぶものは何か、その重要性、ブランドを構築するためのマーケティングに関する基本的なプロセスを理論的かつ実践的に学んでいく。



これからの授業の進め方

**PPTでつくった動画を私のYou Tubチャンネル
にアップすると同時に、そのURLを**

PowerPoint にスクリーンショットを
挿入する（貼り付ける）



Google Classroomにアップします。

**「マーケティング論」の受講生の皆さんに本学の
授業時間割で定められた時間内(火曜日午前9時
半～11時)に、20分前後の動画を毎回火曜日1回
または2回You Tubeで見て、その動画の内容を
明確に理解したうえで、その関連する事例など
については、ネットや他の文献で調べて
学習してもらうやり方で進めていきます。**

**動画での学習と共に、第14回のこれまでの
まとめのPDF資料を通して学習してもらおう
やり方で、今後、「マーケティング論」の
授業を進めていきます。**

**できるだけ、PPT資料でつくった動画を
授業時間割で決められた時間内に
視聴してもらいたいです。**

また、動画で取り上げている内容と事例は
しっかり理解したうえで、その重要な内容を
ちゃんとメモって、それに該当する事例を、
まず皆さんの頭で考えてもらってから、
それ以外の成功事例についてもネットまたは
他の文献(本・雑誌など)で調べて
学習してもらいます。

本授業は、テスト付きの課題はありません。

その代わり、2回目～13回目の動画の内容と、

14回目のこれまでのまとめた内容を明確に

理解したうえで、重要な内容は毎回

パソコンまたはノートにちゃんとメモって

学習するようにお願いします*^-^*

授業の小テスト時の注意点①

本授業の小テストは、2回～13回のすべての動画の内容から学んだこと・気づいたことを上手く引用しながら、自分の考えをわかりやすく論理的に述べてください。

授業の小テスト時の注意点②

本授業の小テストは、2回～13回の

それぞれのすべての動画の内容から

学んだこと・気づいたことを回答案として

700字以上、述べてもらいます。

授業の小テスト時の注意点③

本授業の小テストの回答案の書き方

2回目の回答案(700字以上)、3回目の回答案(700字以上)、
4回目の回答案(700字以上)、5回目の回答案(700字以上)、
6回目の回答案(700字以上)、7回目の回答案(700字以上)、
8回目の回答案(700字以上)、9回目の回答案(700字以上)、
10回目の回答案(700字以上)、11回目の回答案(700字以上)、
12回目の回答案(700字以上)、13回目の回答案(700字以上)、
回答案の文字数は、9100字以上記入しないと、不合格または
失格となるので、この点くれずれもご注意ください。

授業の小テスト時の注意点④

小テストの回答案は、2回～13回の動画と
14回目のPDF資料の内容だけを上手く
引用しながら、自分の考えを
わかりやすく論理的に述べてください。

授業の小テスト時の注意点⑤

**ネットや他の文献の内容をそのまま引用する
回答案は不正行為とみなし、その時点で
不合格または失格となります。**

**また、授業の動画やPDF資料をまったく引用して
いない回答案も不合格または失格となるので、
この点についてもくれぐれもご注意ください。**

授業の小テスト時の注意点⑥

「マーケティング論」授業の動画から

学んだこと・感じたことについての文章は、

毎回提出する必要はありません。

授業の最終日に小テストとして実施する

予定ですので、宜しくお願いします。

授業の小テストの提出方法

本授業のシラバスには、Google Classroomに
なっているが、回答案の文字数が多いので、
大学のGmailに必ずワード(PCまたはスマホ)で
作成し、それを添付して送ってください。
他のやり方(スマホで撮った写真、他のアプリなど)
で提出したら、不合格または失格となるので、
その点くれぐれもご注意ください。

授業の評価方法

**出席率(0%)は影響されない。つまり、
毎回の授業では、出席チェックはしません。**

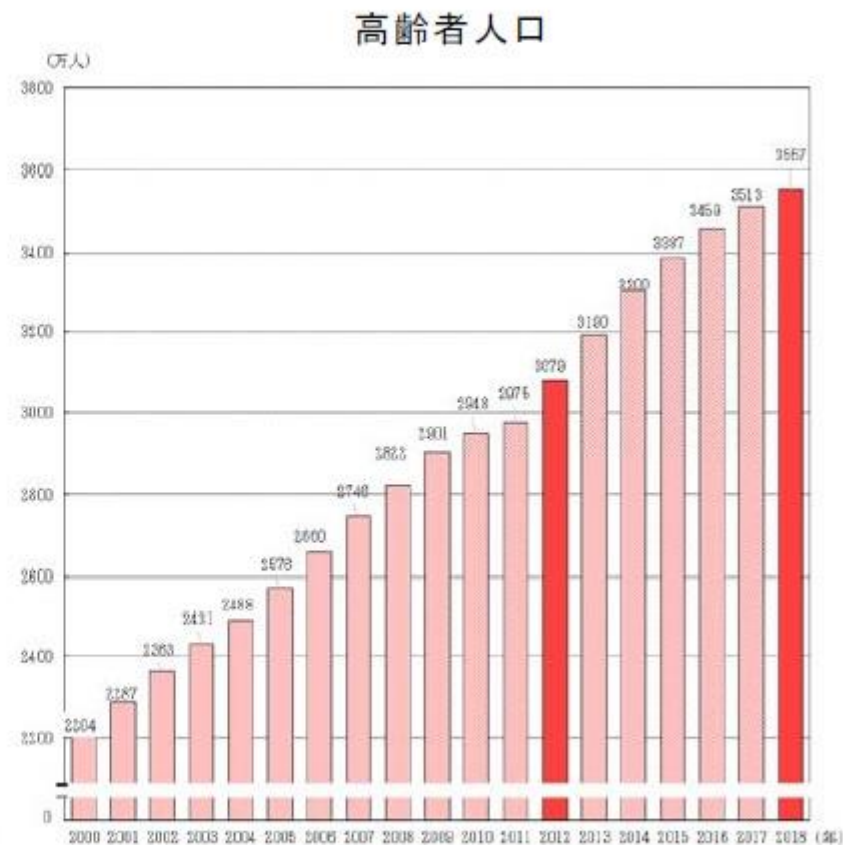
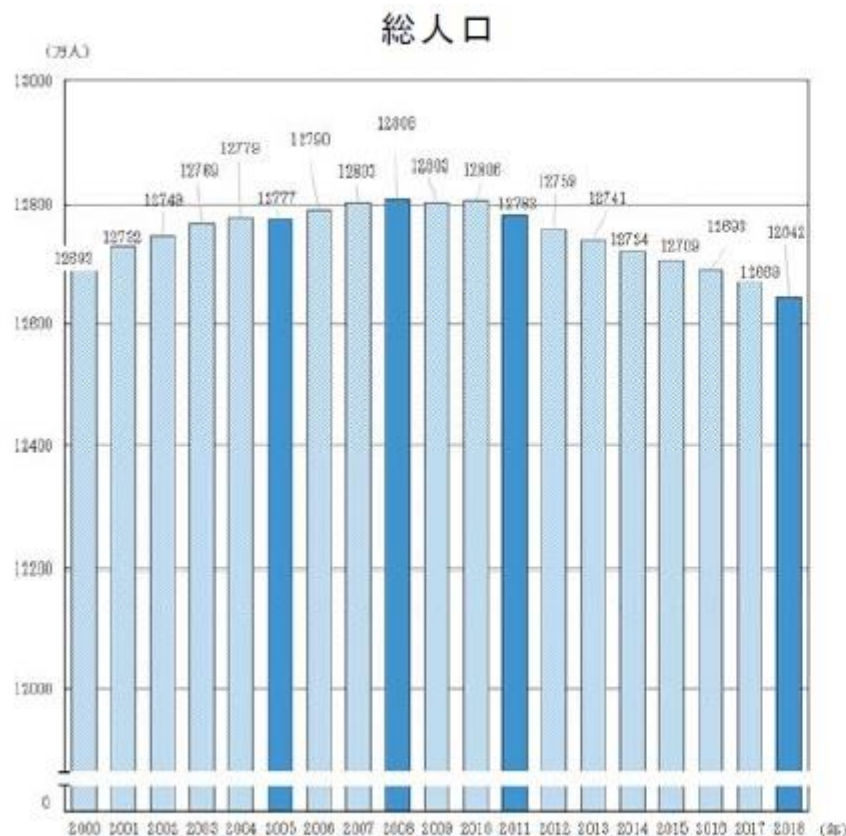
**後期期末試験は実施しないため、1回の
小テストの回答案の内容(動画で取り上げている
「マーケティング論」関連の用語と事例の内容を
明確に理解し、その内容に基づき自分の考えや
言葉で論理的に述べることなど)に基づき、
本授業の成績を総合的かつ客観的に評価します。**

なぜマーケティングは 必要なのか



**少子高齢化、人口減少を迎えた
日本の消費市場は、成熟期にあり、
供給過剰時代に入っているからである。**

日本の総人口および高齢者人口の推移 (2000年～2018年)



資料：2000年、2005年、2010年及び2015年は「国勢調査」、その他の年は「人口推計」

注) 2017年及び2018年は9月15日現在、その他の年は10月1日現在

出所：<https://www.stat.go.jp/data/topics/topi1131.html>(2020年9月14日確認)。

なぜマーケティングは必要なのか

日本の消費市場は、供給過剰状態で、モノが売れない時代だからこそ、マーケティングが必要!



マーケティングは、供給過剰期・過剰品質時代における企業経営の重要な戦略である。

我々は、下記の企業が行うマーケティング活動に多大な影響を受けている



上記の企業は マーケティング力が強い企業

すなわち、上記の企業は、顧客と消費者の
ニーズを的確に把握し、それを満たす
良質な製品・サービスを提供している。
その結果、自社ブランド価値が向上している。

聴診器のような マーケティングの役割



マーケティングというのは、聴診器のように、
日々変わり続ける顧客・消費者のニーズの変化を
見つけ出しそれらを満たすように図る
戦略的仕組みであると言えます ☆ ムヘヘ ☆ ム

来週の授業の内容

一般的なマーケティングの 定義から学ぶもの

終

THANK YOU
for your
ATTENTION!