入学年度・開講所属	2024(R6)・工学部		科目ナンバリング			
科目名(英訳)	マーケティング論(Theory of Marketing)　(MNG-29130J2)					
担当教員	ウ　アテイ					
科目区分		対象学年	学部3年次	単位数	2単位	
講義形式	講義	受講人数	なし	開講時期	前期	
キーワード	マーケティング・ミックス、経営戦略、超スマート社会、IoTデジタルマーケティング					
授業の概要・達成目標	＜授業の概要＞ マーケティングの基礎的な概念・理論を学び、それらを現実にどのように適用できるかを理解する。この授業では,マーケティングの理論と専門的知識について講義を行う他、事例研究からサービス化やIoTデジタル化の社会変革に向けたマーケティングの役割を理解する。 ＜到達目標＞ ・マーケティングの基礎的な概念・理論を理解する。 ・サービス化やIoTデジタル化の社会変革に向けたマーケティングの役割を理解する。					
授業内容	第1回.　マーケティングとは 第2回. マーケティング・ミックス 第3回. 製品差別化と市場細分化 第4回.　製品ライフサイクルと消費者行動 第5回. 戦略的マーケティング論 第6回. 関係性マーケティング論 第7回. グローバルマーケティング 第8回. 産業財(B2B)マーケティング 第7回. サービスマーケティング論(1) 第8回. サービスマーケティング論(2) 第9回. サービスマーケティング論(3) 第10回.ホスピタリティ・マネジメント論(観光ツーリズム事例研究) 第11回.ウィズ・コロナ時代における未来戦略(超スマート社会) 第12回.IoTデジタルマーケティング戦略論 第13回.IoTデジタルマーケティングの事例研究(1) 第14回.IoTデジタルマーケティングの事例研究(2) 第15回.　全体のまとめ					
授業形式・形態及び授業方法	11回以上出席した学生のみ成績判定を行う。講義・ディスカッションの参画50点、チームワークレポート50点で、合計60点以上の得点で合格とする。					
教材・教科書	講師オリジナルの講義資料を毎回配布する。					
参考文献	講義でその都度紹介する。					
成績評価方法及び評価基準	11回以上出席した学生のみ成績判定を行う。講義・ディスカッションの参画50点、チームワークレポート50点で、合計60点以上の得点で合格とする。					
必要な授業外学修	必要に応じて授業で解説したフレームワークに基づき個人学習を行ってもらう。					
履修上の注意						
関連科目(発展科目)	経営マネジメント学、技術経営論、技術イノベーション論、ベンチャー企業論			実務家教員担当	ー	
その他 学習・教育目標	地域マネジメント工学コース　2(M)-B、2(M)-C					
その他 連絡先・ｵﾌｨｽｱﾜｰ	ウ　アテイ教員室(3号館5階)、電話:0157−26−9400 メール:yuyating@mail.kitami-it.ac.jp					
その他 コメント	ー					