

## 2017年度 経営学研究科(経営学専攻) 博士前期(修士)課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
マーケティング研究B	1・2年次秋学期 (2・4セメスター)	2	中西眞知子
<b>授業概要</b>			
マーケティングとは何か、マーケティング・リサーチとは何かを学び、現代社会における市場の再帰性を考える。			
<b>授業目標(到達目標)</b>			
マーケティングやマーケティング・リサーチを理解し、市場と現代社会との再帰的関連について各自が考察する。			
<b>授業方法</b>			
講義並びに文献の講読、報告、討論、調査実習。			
<b>成績評価方法・基準</b>			
レポート、報告、討論			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
教科書 中西眞知子2007『再帰的近代社会』ナカニシヤ出版、池尾恭一他2010『マーケティング』有斐閣 その他適宜指定。			
オフィスアワー(月曜日5時限)			
<b>授業計画</b>			
項目	内容		
1	オリエンテーション	講義の目標、文献などについて説明する	
2	マーケティングの基本概念と考え	マーケティングとは何か、その定義と考え方の変化を明らかにする	
3	市場とは何か	企業と消費者の両方向から市場と社会を考える	
4	新製品開発と社会	社会に求められる新製品のコンセプト、プロダクトの策定を行う	
5	ブランド	社会におけるブランドアイデンティティやブランド資産の形成	
6	CI、企業理念	CI、企業理念や企業文化と社会	
7	コミュニケーション	広告の現状、公共広告と社会	
8	市場調査	社会における調査手法と適用領域、調査実習(ディプス・インタビュー)	
9	再帰性と市場	市場の再帰性を考える	
10	地球環境問題	市場と環境問題	
11	情報社会	情報化社会における市場を考える	
12	消費社会—マクドナリゼーション	グローバル化しマクドナルド化する社会を考える	
13	消費社会—ポストモダンマーケティング、ディズニー化	ポストモダンマーケティングとポストモダンリサーチ、ディズニー化する社会を考える	
14	講義のまとめ	全体のまとめ、現代社会と市場の再帰性に対する各自の問題意識確認	
15	各自のテーマとの関連	各自のテーマと市場と社会の再帰性の関連を調査し、その結果を議論	
<b>履修者へのコメント・学習課題(事前事後学習)</b>			
市場と再帰性について考えよう。どこまで広がるマーケティングの領域？			