

第4回	テーマ：マーケティングプロセス②STP を学ぶ マーケティングプロセスの重要な概念である STP (セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング) を事例をもとに解説する。
第5回	テーマ：授業 (2~4 回) の振り返りと小テスト
第6回	テーマ：マーケティングミックス・4P とは ①製品 マーケティングの基本的考えであるマーケティングミックスについて解説する。
第7回	テーマ：マーケティングミックス・4P とは ②価格 マーケティングの基本的考えであるマーケティングミックスについて解説する。
第8回	テーマ：マーケティングミックス・4P とは ③流通 マーケティングの基本的考えであるマーケティングミックスについて解説する。
第9回	テーマ：マーケティングミックス・4P とは ④プロモーション マーケティングの基本的考えであるマーケティングミックスについて解説する。
第10回	テーマ：ブランド マーケティングにおける重要な概念であるブランドの基礎について事例をもとに解説する
第11回	テーマ：デジタルマーケティング (外部講師) デジタルを活用したマーケティングを事例とともに理解する。
第12回	テーマ：サービス・関係性マーケティング 物の交換を伴わないサービスおよび関係性マーケティングについての理論・事例を解説する。
第13回	テーマ：最新マーケティング動向 (外部講師) SNS マーケティング、インフルエンサーマーケティングなど最新のマーケティング動向を理解する。
第14回	テーマ：授業まとめ 1
第15回	テーマ：全体の復習 2 試験
テキスト	指定しない：プリント配布
参考図書・ 教材／データ ベース・ 雑誌等の紹介	「コトラーのマーケティング入門」2022, 丸善出版
課題に対する フィード バックの方法	第1回授業で指示するが、授業中の発言、コメントシート内容等によって評価する。課題に対するフィードバックは、講義の際に口頭、もしくは授業コメントシートに記入して返却するなどして実施する。
学生へのメッセージ・ コメント	1 年次科目「経営学入門」の復習と新聞などの経済経営記事に慣れ親しむ。 マーケティングは、メーカー、流通、観光、旅行、運輸、サービス等の企業から非営利組織 (公官庁) まで幅広い分野、組織で適応可能な学問であり、将来、どの職種についたとしても「マーケティングの知識」は必ず役に立つという認識で授業に臨むこと。