

プログラム	NEXT産業創造	必修・選択	選択	単位	－	学期	夏期
科目群	基礎科目	科目名 (英文表記)	ストラテジックマーケティング Strategic Marketing		教員名	鈴木宏幸	

概要	<p>デジタル時代の本格到来やグローバル化の進展など著しい環境変化が進む今日、スタートアップにおいて、事業創造や顧客創造を成功に導くマーケティングは重要性が増している。本講義では、主にスタートアップに必要なマーケティングの視点・分析・検討留意点・策定等について、基本と本質を理解し、実際の課題解決に活用できる実践的な知見の修得を目指すものである。本講義では、マーケティングの本質的な意義や役割を修得するとともに、顧客視点に基づき、事業環境分析やマーケティング戦略をデザインすることを事例やミニケースも活用しながら学ぶ。加えて、最新のデジタルマーケティングについて入門的な理解を図る。</p>		
目的・狙い	<p>スタートアップにおけるマーケティングの重要性や面白さを理解することで、視野を広げて目先の深さを掘り下げる。課題解決に必要なマーケティングの基本的な概念を事例やミニケース討議を通じて学び、マーケティング思考力や課題解決力を練成して、実践的な知識やスキルを獲得することを目指す。そのため、本講義では実践的なマーケティングの知見を教授するとともに、それらを効果的に活用できるようなスキルを身に付けることを目標とする。修得できる主な知見・スキルは次の通りである。</p> <p>(1) スタートアップに必要なマーケティングの構成論</p> <p>(2) スタートアップに求められるマーケティングの要素や検討項目</p> <p>(3) 仮説検証による事業創造/顧客開発の進め方</p> <p>(4) デジタルマーケティングの基礎</p>		
前提知識 (履修条件)	<p>世の中の最新動向を踏まえた社会や市場に関心興味があること（特にデジタルマーケティングなど）。マーケティングについて、初歩的な知識を有していることが望ましい。</p> <p>マイクロソフトオフィスのExcel、PowerPoint（又は相当のソフトウェア）を使用できることが望ましい。</p>		
到達目標	<p>上位到達目標</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. スタートアップに求められるマーケティングの実践的な活動を行動に移すことが可能である。</li> <li>2. 実際の事業環境分析やマーケティング戦略のデザイン活動を行動に移すことが可能である。</li> <li>3. 仮説検証による事業創造/顧客開発を実際に進められるようなスキルを修得している。</li> </ol> <p>最低到達目標</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. スタートアップに求められるマーケティングの重要要素を理解している。</li> <li>2. 事業環境分析やマーケティング戦略のデザインの概要を理解できている。</li> <li>3. 仮説検証による事業創造/顧客開発の重要ポイントや実際の進め方が理解できている。</li> </ol>		
授業の形態	形態	実施	特徴・留意点
	遠隔授業		
	対面授業		
	講義（双方向）	○	全て対面講義
	実習・演習（個人）	○	
	実習・演習（グループ）	○	
	サテライト開講授業		
	その他		
授業外の学習	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 予習：レジュメ（パワーポイント）を配布する。</li> <li>・ 復習：学んだ部分を中心に、自らが選定した企業について講義で扱った内容を反復する。</li> </ul>		
授業の内容	<p>近年におけるスタートアップでは、市場や顧客を獲得しつつ、マーケティング戦略展開するためには、デジタルマーケティングを含むリッチな顧客開発や商品をフィットさせた導入が不可欠である。この領域に関する知見があればこそ、内外の環境変化を俊敏に捉えて、需要や顧客ニーズを的確に把握し、ビジネスモデルを構築することが可能となる。本講義では、スタートアップに必要なマーケティングの視点・分析・検討留意点・策定等について、多様な手法やスキルを体系的かつ実践的にわかりやすく整理をしながら、事例等を通じて学びつつ、自らの検討演習を行う。加えて、グループ討議等を通じて、相互研鑽を図りながら、仮説検証を行う能力や洞察力を発揮できるスキルの修得を図る。グループ討議等では、チームごとに分かれ、講義で身に着けたマーケティング的アプローチを活用しプレゼンテーションを実施する。</p>		
授業の計画	回数	内容	
	第1回	<p>「事業環境・顧客環境を認識把握する」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 分析手法と基本フレームワーク等の理解修得</li> </ul>	

	第2回	課題提示とワークショップ発表
	第3回	「イノベーションとマーケティングの展開」 ・イノベーションを伴うマーケティング戦略のデザインの理解修得
	第4回	課題提示とワークショップ発表
	第5回	「リーンローンチパッド」 ・仮説検証を繰り返しながら効率的なスタートアップ事業の立ち上げの理解修得
	第6回	課題提示とワークショップ発表
	第7回	「デジタルマーケティングの理解と活用」 ・デジタルマーケティングの基礎と実践事例による理解修得
	第8回	課題提示とワークショップ発表
教科書・教材	指定しない。	
参考図書	和田 充夫, 恩蔵 直人, 三浦 俊彦「マーケティング戦略 第5版」(有斐閣アルマ) 2016年12月 牧田 幸裕「デジタルマーケティングの教科書」(東洋経済新報社) 2017年9月	
成績評価	積極的な授業参加、ディスカッションポイント(出席したことのみでは評価しない) 50%、 レポート 50%。 評価は最低到達目標を基準に可否にて実施する。	