

科学技術イノベーション研究科 2016年度<マーケティング>ワークショップ

担当：神戸大学大学院経営学研究科 教授 南 知恵子

【講義目的】

マーケティングとは、企業の市場アプローチに関わる活動であり、顧客のための価値を創造し、実現する行為である。革新的な技術が研究室にとどまらず、社会に普及していくためには、技術を事業化し、社会に実現していくプロセスが必要であり、マーケティング活動はとくに市場創造において重要な役割を果たしている。

本講義は、ビジネスにおけるマーケティングの考え方や役割を理解し、実践に移していくための基礎を身に付けることを目標とする。具体的には、世界各国で誰でも共有しているマーケティングの基礎知識を講義し、受講生が分析手法を実際に学習することにより知識の定着を図る。

また、とりわけ科学技術イノベーションをどうマーケティングしていくかという点において、最終ユーザーである消費者のみならず、企業や組織を対象にするビジネス・マーケティングや、価値共創の考え方も併せて講義する。

【講義内容】

11月21日（月）

1限 <イントロダクション>

マーケティングのビジネスにおける位置づけ、マーケティング管理と戦略的マーケティングの考え方について講義する。また、マーケティング管理手法として、STP（セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング）と4Pについて講義する。例を用いて受講生自ら分析することにより、理解を深めることを目指す。近年注目度の高い価値共創と呼ばれる考え方も紹介する。

2限 <ビジネス・マーケティング>

企業や組織を顧客とするビジネス・マーケティングについての講義をする。消費者を対象とするマーケティングとの相違や、顧客関係構築戦略および潜在顧客の開拓手法について講義を行う。

【キーワード】 市場戦略、マーケティング管理、需要創造、価値共創

【授業方法】 講義と演習を組み合わせたワークショップ形式を中心として行う。

【事前学習の指示】 とくに戦略論関連の講義内容を理解しておくこと。

【教科書】 講義スライドを配布

【参考文献】

『NLAS マーケティング』（池尾恭一、青木幸弘、南知恵子、井上哲浩著）有斐閣、2010年

『生産財マーケティング』（高嶋克義・南知恵子著）有斐閣、2006年