

秀明大学 2024年度高大接続講座シラバス

開講日	2024年10月20日（日）
講座テーマ	マーケティングの基本と消費者行動のモデル化
担当教員名	陳 森
講座の概要	<p>「マーケティングとは何か」と聞かれた時に、無味乾燥な学術的な定義より、「売れる仕組みを構築するための一連の企業活動」という企業の立場から、マーケティングのエッセンスを簡潔に伝える表し方があります。</p> <p>しかしながら、この「売れる仕組みづくり」を学ぶことは、これから大学に入学される皆さんにとっては、なぜ必要なのでしょう。</p> <p>本講座では、製品の開発や販売促進等、いわゆる企業主体のマーケティングの話には一切触れず、供給と需要の関係性の視点から、厳しい競争社会を生きる私達にとっては、マーケティングの必要性を皆さんと共に考えていきます。また、情報通信技術の発達に伴う消費者行動の変容を理解したうえで、オンラインとリアルの消費者行動の差異を考えてみましょう。</p>
講座の到達目標	<ul style="list-style-type: none"> ・供給と需要の関係性からマーケティングの役割とは何かを理解できる。 ・AIDAMモデルとAISASモデルの違いについて説明することができる。
テキスト・授業資料	<p>授業資料は必要に応じて講座内で共有します。</p> <p>事前に送付する課題を完成させてください。</p>
事前課題の概要	<p>①2020年4月7日に初めての緊急事態宣言が発令された後に、「パニック購買」の対象製品（具体的な製品名、または製品カテゴリー）を最大3つまで挙げてください。</p> <p>②「パニック購買」が起きた原因を300文字程度で説明してください。 （受講申込完了後、講座の2週間前を目途に大学から事前課題を送付します。）</p>
事後課題の概要	<p>①AIDAMモデルとAISASモデルの違いについて、200文字程度でまとめてください。</p> <p>②ネットクチコミの信憑性について、100文字程度で自分の感想を書いてください。 （講座終了後2週間以内に返送してください。）</p>
評価	事後課題を確認・評価し、修了証を送付します。