

令和5年度 高大連携授業（前期）授業要目<科目概要>
シラバス

■従来型授業

□単位取得予約型授業

実施形態	対面授業	大学等名	秋田大学
科目名 (サブタイトル)	[16] マーケティングとブランディング (ゲーミングの技法を用いた近代マーケティングの誘い)	科目担当者 (学部・学科・職・氏名)	産学連携推進機構 准教授 伊藤 慎一 (計3名)
授業概要	世の中には取引可能な財やサービスが数多くあり、生活者はこの中から選好して消費します。消費者が購買する理由を人為的に作り出すことがマーケティングとブランディングです。本授業ではその意味と具体例を学びます。		
授業方針	座学と実習で進行します。前半は、マーケティングとブランディングの理解に必要な知識習得として理論や学説学派、知的財産権等を概説し、後半はゲーミングの技法を用いて、教室内に仮想市場を構成し実際に流通を体験します。		
会場・教室	秋田大学 手形キャンパス 地方創生センター1号館213会議室		
会場住所	秋田市手形学園町1-1		
欠席連絡先	大学コンソーシアムあきた事務局（秋田大学 総合学務課内）（平日9：00～17：00） 電話：018-889-2843 E-mail: conso@jim.u.akita-u.ac.jp		
授 業 計 画			
【募集定員人数：16名】先着順で募集を締め切ります			
第1講：「基礎マーケティング論」担当講師：伊藤慎一、北村森、酒井俊之（担当講師は全講義同名） ＜8月26日（土）9:30～11:00＞ そもそもマーケティング学とは何を学ぶ学問なのか、その歴史的背景、意義、学説や学派、位置づけ等を概説する。これにより私たちの消費行動と商品選択がマーケティング活動とどう関係し合っているのかを理解する。			
第2講：「近代ブランディングと知的財産権」＜8月26日（土）12:50～14:20＞ ブランドは消費者の選択に大きな影響を与える指標の一つである。企業はブランドを大切にし、顧客と共に成長する。消費者に新たな価値を届けるためには、適切な権利管理が重要である。ブランドの価値を知的財産の観点から概説する。			
第3講：「近代マーケティングがめざす価値の創造」＜8月26日（土）13:20～14:50＞ マーケティングは近年めざましい進化を遂げており、消費者選好やブランディング戦略は既存の枠組みのとられない新時代に突入している。このような中、近代マーケティングがめざす「価値の創造」とは何か、その意義について概説する。			
第4講：「ゲーミングの技法を用いたマーケティングシミュレーション1」＜8月27日（日）9:30～11:00＞ 近年マーケティング学では現実の市場シミュレーションを再現する手法として実験経済学をベースとし、人為的な取り決めで仮想市場を作り出すゲーミングという研究が進められている。この意義と役割体験の手法を用いた取引の可視化とブランドについて説明する。			
第5講：「ゲーミングの技法を用いたマーケティングシミュレーション2」＜8月27日（日）11:10～12:40＞ ゲーミングの技法を用いて教室内に仮想市場を形成し参加者全員でマーケティング・ブランディングを考える取引シミュレーションを行う。市場の変化や消費者の選考、ブランド戦略の重要性を説明する。			
第6講：「マーケティングとブランディング」＜8月27日（日）13:20～14:50＞ ゲーミングシミュレーションの結果を総括して、マーケティングとブランディングについて再度議論の整理を行う。秋田におけるマーケティングや地方創生などについても論考し、市場の概念と意味を理解する。			
その他	本授業は対話による合意形成やマーケットのダイナミズムを教室内でシミュレーションします。その際、他の授業と比較し会話をおこなう場面が多くなりますが、新型コロナウイルス感染症対策については講義時の政府指針に従って実施します。		
テキスト	講義内容をまとめたプリント教材を配付します。		
参考文献	授業の中で紹介します。		
関連科目			