

水曜日, 3時限 (13:30 ~ 15:00)

教室番号: 2-509

- 第 1回: 4月20日 (水) はじめに、最適価格の決定
第 2回: 4月27日 (水) 第 1章 マーケティングの歴史とその概念
第 2章 第2次世界大戦後の展開
第 3回: 5月11日 (水) 特論 I 微分について
第 4回: 5月18日 (水) 第 3章 マーケティング管理
特論 II 最適価格の決定
第 5回: 5月25日 (水) 第 4章 製品政策
第 6回: 6月 1日 (水) 第 5章 価格政策
第 7回: 6月 8日 (水) 最適価格および最適広告支出額について
第1回試験
第 8回: 6月15日 (水) 第 6章 販売促進政策
第 7章 マーケティング・チャネル政策
第 9回: 6月22日 (水) 特論 III 行列と行列式について
第 8章 消費市場の変化と消費者行動の前半
第10回: 6月29日 (水) 特論 IV 購買者行動の確率モデル
第 8章 消費市場の変化と消費者行動の後半
第11回: 7月 6日 (水) 第 9章 現代のマーケティングと流通機構の変化
第10章 マーケティングと公共政策
第12回: 7月11日 (月) マーケティングと意思決定
第2回試験

教科書: 木綿、懸田、三村共著(1999)、現代マーケティング論、新版、有斐閣.

参考書: Kotler, P. (2000), Marketing Management,
10th Edition(The Millennium Edition),
Prentice-Hall.

Kotler, P. (2003), Marketing Management,
11th Edition, Prentice-Hall.

Kotler, P. and Keller, K.L. (2006), Marketing Management,
12th Edition, Prentice-Hall.