

Minami Kyushu University Syllabus									
シラバス年度	2022年度	開講キャンパス		都城キャンパス		開設学科		環境園芸学科	
科目名称	農産物流通原論						授業形態	講義	
科目コード	710025	単位数	2単位	配当学年	3年	実務経験教員		アクティブ ラーニング	
担当教員名	姜 暲求								
授業概要	顧客の多様なニーズに対応するために市場の細分化・ターゲットの設定・ポジションの設定したあと、製品戦略・プロモーション戦略・価格戦略・流通戦略などをミックスしながら戦略的にマーケティング活動を行う。農産物は商品特性上、戦略的マーケティングを展開することが難しい側面を持っているが、他の商品と同様に戦略的マーケティングが求められている。授業では戦略的マーケティングについて基礎理論を勉強する。								
関連する科目	履修前：経済学、農業経済学。 履修と同時： 履修後：農産物流通論。								
授業の進め方 と方法	テキストに沿って、基礎理論を学ぶ。								
授業計画 【第1回】	現代マーケティングと市場志向								
授業計画 【第2回】	消費者買物行動の基礎的な理解								
授業計画 【第3回】	競争環境の分析								
授業計画 【第4回】	流通環境の進展								
授業計画 【第5回】	市場細分化と標的設定								
授業計画 【第6回】	新製品開発								
授業計画 【第7回】	製品ライフサイクル								
授業計画 【第8回】	製品戦略								
授業計画 【第9回】	ブランド戦略								
授業計画 【第10回】	価格戦略								
授業計画 【第11回】	プロモーション戦略								

授業計画 【第12回】	マーケティング・チャネル戦略
授業計画 【第13回】	ビジネス・マーケティング
授業計画 【第14回】	インターネット・マーケティング
授業計画 【第15回】	授業のまとめ
授業の到達目標	様々な商品・サービスの宣伝・販売方法などのマーケティング諸活動を理解する。
学位授与の方針 (DP)との関連	1. 知識・理解を応用し活用する能力-(1) / 3. 人間力、社会性、国際性の涵養-(1)
授業時間外の学修 【予習】	身近にある商品・サービスの宣伝・販売方法などを観察する。
授業時間外の学修 【復習】	身近にある様々な商品・サービスの宣伝・販売方法などを観察する。
課題に対する フィードバック	小テスト、期末テストは解説する。
評価方法・基準	授業中の評価(小テスト) : 50%、期末テスト : 50%。
テキスト	池尾恭一ほか著『マーケティング』有斐閣、2010年4月
参考書	フィリップ・コトラほか「マーケティング原理」丸善出版、2014年。
備考	