

授業科目名	ソーシャル・マーケティング	単位数	2単位
担当教員名	木下和也	担当形態	単独
実務内容 (実務家教員の場合)			
「学位授与の方針」との関係			
DP4.個人や社会にとって必要な課題の解決のため、自律的な課題探究能力を身につけ実践することができる(実践力) DP5.共生社会創造の目的のために、様々な分野について絶えず学び続ける態度を持つことができる(継続力)			
授業のテーマ及び到達目標			
(テーマ) (1) マネジメントとは何かを考える。 (2) マネジメントの領域におけるマーケティングの役割と機能を考える。 (3) ソーシャルマーケティングによる行動変容の課程を考える。 (4) CSRとCSV (5) 自分たちにてできる身近なこと			
(到達目標) マネジメントの中のマーケティングの位置づけが説明できる。 マーケティングにはビジネスでの使われ方から社会へ向けた働きかけの手法があることを説明できる。 ソーシャルマーケティングの具体的な活動を説明できる。 これからボランティア活動や社会貢献を行おうとする人にとっては、その準備となる知識を身の回りで使うことができる。			
授業の概要			
一般的なマーケティングの概念を理解するためマネジメントに分類されるマーケティングから講義を始める。その後、社会とのかかわりから注目され始めたソーシャルマーケティングの領域に踏み込み、事例を含めて、その知識を自分自身でも使えるようにする方法を考える。			
授業計画			
第1回 マネジメントの領域を知る(1) 組織とは 第2回 マネジメントの領域を知る(2) 戦略とは 第3回 マネジメントの領域を知る(3) 技術をどう使うのか 第4回 マーケティングの基礎知識(1) SWOT分析 第5回 マーケティングの基礎知識(2) STP理論 第6回 マーケティングリサーチと消費者行動(1) 第7回 マーケティングリサーチと消費者行動(2) 第6回 マーケティングの概念(1) 製品中心から顧客・消費者中心のマーケティングへ 第7回 マーケティングの概念(2) 人間・価値主導のマーケティング 第8回 マーケティングの概念(3) 自己実現のマーケティング 第9回 マーケティングの概念(4) テクノロジー中心のマーケティング 第10回 対象はビジネスから社会へ 第11回 CSRを考える 第12回 CSRからCSVへ 第13回 事例研究(1) 第14回 事例研究(2) 第15回 全体を通したまとめ 科目修得試験			
スクーリングでの学修			
講義形式での知識の習得と、自信で構想した知識の活かし方をレポート作成する準備について指導する。			
テキスト			
(1) 高橋 伸夫 (著) 大学4年間の経営学が10時間でざっと学べる 出版社 : KADOKAWA (2019/1/24) 発売日 : 2019/1/24 言語 : 日本語 文庫 : 224ページ ISBN-10 : 4046040580 ISBN-13 : 978-4046040589			
(2) 宮崎 哲也 (著) ポケット図解 フィリップ・コトラーのソーシャル・マーケティングがわかる本 出版社 : 秀和システム (2011/6/16) 発売日 : 2011/6/16 言語 : 日本語 単行本 : 183ページ ISBN-10 : 479802984X ISBN-13 : 978-4798029849			
参考書・参考資料等			
瓜生原葉子 (著) 行動科学でより良い社会をつくる 出版社 : 文真堂 (2021/2/22) 発売日 : 2021/2/22 言語 : 日本語 単行本 : 432ページ ISBN-10 : 483095101X ISBN-13 : 978-4830951015			
学生に対する評価			
スクーリング評価(25%)、レポート評価(25%)、科目修得試験(50%)			