

修士課程・マーケティング領域

対象科目：修士課程 マーケティング・国際ビジネス専修 マーケティング領域

【出題範囲・大項目】

・マーケティングの概念と体系

・マーケティング環境の分析

・マーケティング戦略

・マーケティング・ミックス

・消費者行動

・マーケティングの進化

~~・事業の選択~~

~~・標的市場の設定~~

~~・消費者行動の分析~~

~~・製品計画~~

~~・価格設定~~

~~・マーケティング・コミュニケーション~~

~~・流通チャネル~~

・サービス・マーケティング

・ソーシャル・マーケティング

~~・関係性マーケティング~~

【参考文献】

小川孔輔『マネジメント・テキスト マーケティング入門』日本経済新聞出版社，最新版。

高嶋克義・桑原秀史『現代マーケティング論』有斐閣アルマ，最新版。

和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦著『マーケティング戦略』~~第5版~~，有斐閣アルマ，~~第1章~~
~~～第3章，第5章，第8章～第11章，第13章～第15章~~。最新版。