

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・恩藏直人・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。