

科目名 (Eng)	文献講読(Academic Reading)					
担当教員	松本 行真					
対象学年等	学科・学年	授業期間・区分・単位数・時間数	分野	形態	学修単位科目	
	コミュニケーション情報 学科 5	通年 必修 2 (60)	専門	C		
目標基準との対応	福島高専の教育目標との対応：(F-4)。(F-5)。(F-6)。 卒業時に身に付けるべき学力や資質・能力との対応：6)。 JABEE基準1(1)との対応：(f)					
授業の概要と方針	マーケティングに関する英語文献を講読、発表、レポート提出する。					
到達目標	英語文献を読解し、内容を深く理解する能力を身につける。 文法理解に基づいた英文の精読ができる。 指標に基づいたマーケティング戦略における意思決定の考え方を理解する。 ビジネス領域で使われる専門用語を理解する。					
授業計画						
	週	授業項目	理解すべき内容	事前学習		
前期	1	イントロダクション	英語文献概要と授業ガイダンス			
	2	Ch.2 SHARE OF HEARTS, MINDS, AND MARKETS(1)		該当箇所和訳		
	3	Ch.2 SHARE OF HEARTS, MINDS, AND MARKETS(2)		(以下同)		
	4	Ch.3 MARGINS AND PROFITS(1)				
	5	Ch.3 MARGINS AND PROFITS(2)				
	6	事例研究	これまで学習した内容に関する事例			
	7	Ch.4 PRODUCT AND PORTFOLIO MANAGEMENT(1)				
	8	Ch.4 PRODUCT AND PORTFOLIO MANAGEMENT(2)				
	9	Ch.5 CUSTOMER PROFITABILITY(1)				
	10	Ch.5 CUSTOMER PROFITABILITY(2)				
	11	事例研究	これまで学習した内容に関する事例			
	12	Ch.6 SALES FORCE AND CHANNEL MANAGEMENT(1)				
	13	Ch.6 SALES FORCE AND CHANNEL MANAGEMENT(2)				
	14	事例研究	これまで学習した内容に関する事例			
	15	総括演習	これまで学習した内容のまとめ			
後期	16	Ch.7 PRICING STRATEGY(1)				
	17	Ch.7 PRICING STRATEGY(2)				
	18	Ch.8 PROMOTION(1)				
	19	Ch.8 PROMOTION(2)				
	20	事例研究	これまで学習した内容に関する事例			
	21	Ch.9 ADVERTISING MEDIA AND WEB METRICS(1)				
	22	Ch.9 ADVERTISING MEDIA AND WEB METRICS(2)				
	23	Ch.10 MARKETING AND FINANCE(1)				
	24	Ch.10 MARKETING AND FINANCE(2)				
	25	事例研究	これまで学習した内容に関する事例			
	26	Ch.11 THE MARKETING METRICS X-RAY(1)				
	27	Ch.11 THE MARKETING METRICS X-RAY(2)				
	28	事例研究	これまで学習した内容に関する事例			
	29	事例研究	これまで学習した内容に関する事例			
	30	総括演習	これまで学習した内容のまとめ			
試験について	試験は実施しない。					
評価方法	発表30%、レポート70%で評価する。					
教科書	MARKETING METRICS: 50+Metrics Every Executive Should Master, P.W.Farris et.al., Wharton School Publishing					
参考書	『マーケティング戦略 第3版』、和田・恩蔵・三浦、有斐閣アルマ					
関連科目	経営戦略論					
履修上の注意	前年度のレジュメを各自入手し、読んでおくこと。また、全員を指名するので予習しておくこと。受講者は『マーケティング戦略 第3版』を通読しておくこと。					