

科目名	マーケティング論	
担当者	平手 賢治 / HIRATE, Kenji	
科目情報	法ビジネス / 選択 / 前期 / 講義 / 2単位 / 2年次	
科目概要	授業内容	本講義は、P.F. ドラッカー著（上田惇生編訳）『イノベーターの条件 —— 社会の絆をいかに創造するか——』（ダイヤモンド社、2000年）の読解を通じて、マーケティング社会に関する基礎的知識を修得することを目的とします。具体的には、転換期にある社会の意味、「断絶の時代」、社会の基本原則、問われる知識と教育といった項目について学習します。マネジメントに興味がある方、社会人としてのスキルを身に付けたい方は是非受講してください。
	到達目標	マーケティングがなされる社会の本質を理解すること。
授業計画	(1) ガイダンス (2) 社会と経済市場主義 (3) 20世紀の変化の本質 (4) 多元主義社会における組織の原理、起業家社会の到来とNPO (5) 断絶後の経済 (6) 理性崇拜の問題 (7) 改革原理としての正当保守主義と社会問題 (8) 利害による連合、国民国家から大国家へ (9) 高齢者が政治を動かす (10) 知識の政治学 (11) 学校が変わる (12) 分析から知覚へ (13) ドラッカーのキルケゴール論 (14) 調整日 (15) 調整日	
自学自習	事前学習	・教科書における事前学習の箇所を指定するので、A4一枚のレポートにまとめてくること。 ・意味のわからない用語、箇所を明らかにしておくこと。
	事後学習	・毎回講義終了後再度教科書を読むこと。
使用教材・参考文献	【教】 P.F. ドラッカー著（上田惇生編訳）『イノベーターの条件 —— 社会の絆をいかに創造するか——』（ダイヤモンド社、2000年）。	
成績評価方法と基準	毎回のレポートの出来栄え、プレゼンの内容、質疑応答の内容、等を総合的に評価いたします。	
備考	①ビジネス・キャリア検定マーケティング3級を受験することが望ましい。 ②教科書は必ず携帯して講義に参加しましょう。 ③遅刻・欠席、私語等、講義にあたってのマナー違反は厳しく対処します。	