

	講座名	広告と販売促進, 産業組織論 (広告と販売促進・ビジネス経済)
	実施日	平成30年8月8 (水)
午前	講師	三好 宏 (経営学部 教授)
	到達目標	1. 有効な広告作成の考え方を身につける 2. 営業の役割を説明できる 3. プロモーション・ミックスの重要性と今後の方向性に関して意見を述べるができる
	講習概要 (シラバス)	「マーケティング・コミュニケーションによる顧客創造」 1. 広告による顧客創造 ～事例：P&G ファブリーズ、補足事例：ユニクロ ヒートテック 2. 営業による顧客創造 ～事例：カゴメ 瀬戸内レモン 3. マーケティング・コミュニケーションとしてのプロモーション・ミックス ～まとめとインターネット時代のコミュニケーションのあり方 4. 試験
	成績評価方法 ・注意	上掲の到達目標にどの程度到達したかを、筆記試験により確認する。
	教科書	なし。
	参考書	当日、資料を配布します。
午後	講師	佐々木 昭洋 (経済学部 講師)
	到達目標	1. 需要と供給に関する基本的な理解. 2. 企業の仕組みや行動を理解する. 3. イノベーションの理論を理解する.
	講習概要 (シラバス)	「産業組織論」 産業組織論とは企業の仕組み, 行動を分析し, 主に競争政策の運用とその評価を行うことを目的とする学問分野である. 近年, 産業組織論で取り扱う問題は広がりを見せ, 企業戦略や消費者行動, 公共事業の評価など多岐にわたる. 本講習においては, 特に研究開発やイノベーションに着目し講義を行う. 1. 需要と供給 2. 産業組織論の課題と歴史 3. 独占の理論 4. イノベーションと特許
	成績評価方法 ・注意	上掲の到達目標にどの程度到達したかを、筆記試験により確認する。
	教科書	当日、資料を配布する。
	参考書	当日、資料を配布する。