January 11th, 2011

マーケティング・コミュニケーション論

井 上 哲 浩
ainoue@kbs.keio.ac.jp
http://www.kbs.keio.ac.jp/ainouelab/MKG_Com/main.html

評価システム	25%	アサインメント(グループ単位)
	25%	授業参加(積極的な発言、意見の提示)
	50%	Final Presentation

スケジュール

Session 1 (1/11 火): マーケティング・コミュニケーション概要 I
Session 2 (1/11 火): マーケティング・コミュニケーション概要 II
- マーケティング・マネジメント
- コミュニケーション・ミックス
- 消費者行動
- 価値戦略

Session 3 (1/18 火): 関係性マーケティングとコミュニケーション戦略 I
Session 4 (1/18 火): 関係性マーケティングとコミュニケーション戦略 II
- 関係性マーケティング
- ケース「株式会社アイスタイル」

Session 5 (1/25 木): セールス・プロモーション I
Session 6 (1/25 木): セールス・プロモーション II
- セールス・プロモーション
- SP の種類
- SP 効果と分析
- グループ①「セールス・プロモーションの例」

Guest Speaker
- 株式会社ワトソン・クリック
- クリエーティブディレクター／CM プランナー山崎隆明氏
- 「クリエイティブ戦略-責任を持って、無責任に考える-」

Session 7 (2/1 火): マーケティング・コミュニケーション戦略 I
Session 8 (2/1 火): マーケティング・コミュニケーション戦略 II
コミュニケーション計画
コミュニケーション効果
表現
メディア・プランニング
グループ②「IMC の例」

Session 9 (2/8 火): マーケティング・コミュニケーション管理 I
Session 10 (2/8 火): マーケティング・コミュニケーション管理 II
広報
クロスメディア
マーケティング・コミュニケーション管理の実際
アカウンタビリティ
グループ③「クリエイティブの例」

Session 11 (2/15 火): 中間報告
Session 12 (2/15 火): Flash 説明

Session 13 (2/22 火): マーケティング・コミュニケーションとブランド・マネジメント I
Session 14 (2/22 火): マーケティング・コミュニケーションとブランド・マネジメント II
ブランド・マネジメント
ブランド価値の管理
ブランド価値の伝達
グループ④「ブランド・マネジメントの例」

Session 15 (3/1 火): グループ・フィールドワーク
Session 16 (3/1 火): グループ・フィールドワーク

Session 17 (3/8 火): グループ・プレゼンテーション
「マーケティング・コミュニケーション戦略」
Session 18 (3/8 火): Feedback