

2014年度後期「マーケティングⅠ」

レポート課題2：顧客理解

ある市場において、その顧客の理解が十分でなく、それ故にそれが成長できていないと考えられるブランド、製品、あるいはサービスの事業を一つ取り上げ、具体的にその顧客理解のどこに問題があるのか、説明せよ。

その上で、そのブランド、製品、サービスの事業を成長させるためには、それはどのような顧客理解をすべきか、説明せよ。

- * 顧客理解の分析にあたっては、そのWHO-WHAT-HOW、そのセグメンテーション&ターゲティング、そのマーケティング・ミックスを考えること。
- * その分析には、二次資料に加え、できるだけ自らによる観察、定性インタビューを活用すること。
- * 説明にあたっては、定量的データと定性的データを組み合わせて使用すること。

分量:A4で2ページ程度あるいはそれ以上。

期限:2014年12月4日(木曜)の授業開始時。

その授業に参加できない人は、その前日2014年12月3日(水曜)までに磯野研究室(教育研究棟4F)まで直接持参、提出すること。

評価:提出されたレポートを、次の評価基準によるA, B, C, D, E, Fの6段階で評価する。

- A: 取り上げたブランド、製品、サービスの顧客理解とその成長の関係を十分に分析・説明している。かつ、その成長のための顧客理解のあり方の提案がなされている。
- B: 取り上げたブランド、製品、サービスの顧客理解とその成長の関係を十分に分析・説明している。すなわち顧客理解を理解している。
- C: 顧客理解をある程度理解しているが不十分である。
- D: 顧客理解についてほとんど理解できていない。
- E: 未提出、白紙、課題と無関係な内容を記述するもの。
- F: 不正行為によるもの(ネット、教科書等のまる写し、他人のものの写し)。

適時簡単なコメントをもって返却する。

本授業全体の成績評価は、3回の各レポート課題評価(A,B,C,D)および授業に対する積極性(毎回のミニクイズを含む)をもっておこなう。

注意:

1. 本授業では3回のレポート課題を課し、そのうちひとつでも評価がFあるいはEの場合は、本授業を失格とする。(本授業において、2/3以上の出席率、3回の課題レポートをすべて提出しかつ評価E、Fに該当しない、不正行為を働かないことは、採点(成績評価)のための前提条件であり得点とはならない)
2. 他人のレポートを写す、他人に自分のレポートを写させる、等は不正行為であり厳禁。発覚した場合は本授業失格と同時に、厳しく処遇され得る。
3. 期限までに提出している場合、提出・返却後、内容を修正し再提出することは可能。再提出されたものをあらためて評価する。

以上