

January 17th, 2007**マーケティング・コミュニケーション**

井上 哲浩

ainoue@kbs.keio.ac.jphttp://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 (1/17 水):	マーケティング・コミュニケーション概要 I
Session 2 (1/17 水):	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 IMC 関係 Topics: ブランド・マネジメント、関係性マーケティング、
Session 3 (1/24 水):	セールス・プロモーション I
Session 4 (1/24 水):	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&②「セールス・プロモーションの例」
Session 5 (1/31 水):	マーケティング・コミュニケーション戦略 I
Session 6 (1/31 水):	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
Session 7 (2/7 水):	マーケティング・コミュニケーション管理 I
Session 8 (2/7 水):	マーケティング・コミュニケーション管理 II マーケティング・コミュニケーション管理の実際 アカウントビリティ

- Session 9 (2/14 水): マーケティング・コミュニケーション管理 III
- Session 10 (2/14 水): マーケティング・コミュニケーション管理 IV
中間報告
クロスメディア
広報
- Session 11 (2/21 水): 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 12 (2/21 水): 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③&④「マーケティング・コミュニケーションと
ブランド・マネジメントの例」
- Session 13 (2/28 水): マーケティング・コミュニケーションと関係性マーケティング I
- Session 14(2/28 水): マーケティング・コミュニケーションと関係性マーケティング II
関係性マーケティング
関係性の管理
新しい関係性マーケティング
ケース「株式会社アイスタイル」
グループ⑤&⑥「マーケティング・コミュニケーションと
関係性マーケティングの例」
- Session 15 (3/7 水): グループ・フィールドワーク
- Session 16 (3/7 水): グループ・フィールドワーク
- Session 17 (3/14 水): グループ・プレゼンテーション
「私たちのマーケティング・コミュニケーション戦略」
- Session 18 (3/14 水): Feedback