

(様式2)

授業科目の概要について

学校名:	早稲田大学
課程名:	早稲田大学マーケティングカレッジ

要件該当授業時数:	47時間
要件該当授業時数/総授業時数:	59%

分類	科目名	配当年次	授業時数	企業等	双方向	実務家	実地	担当教員・実務家名	教員・実務家の所属
必修	次世代のマーケティング戦略		2			○		石井龍夫	アドビ株式会社
必修	次世代の製品・サービス戦略		2					西川英彦	法政大学
必修	次世代の顧客関係管理		2					及川直彦	早稲田大学
必修	次世代のプライシング		2			○		山城和人	サイモン・クチャーアンドパートナーズジャパン
必修	次世代の流通とOMO		2			○		奥谷孝司	株式会社顧客時間、オイシックス・ラ・大地株式会社
必修	次世代の広告とマーケティング・コミュニケーション		2			○		田部正樹	ノバセル株式会社、ラクスル株式会社
必修	次世代のBtoBマーケティング		2			○		庭山一郎	シンフォニーマーケティング
必修	次世代のマーケティング・リサーチ		2			○		萩原雅之	トランスコスモスアナリティクス株式会社、トランスコスモス株式会社
必修	次世代の消費者行動論		2					青木幸弘	学習院大学
必修	次世代の消費者インサイト獲得手法と実践		2					守口剛	早稲田大学
必修	マーケティング実務事例1		2			○		大嶋バニッサ	Heart-Data株式会社
必修	マーケティング実務事例2		2			○		風口悦子	日本アイ・ビー・エム株式会社
必修	CMOセミナー1		2			○		足立光	株式会社ファミリーマート
必修	CMOセミナー2		2			○		富永朋信	株式会社ブリファード・ネットワークス
必修	次世代のマーケティングを考える		2		○	○		調整中	
必修	ケースで学ぶマーケティング戦略		6		○			池尾 恭一	慶應義塾大学 名誉教授
必修	ケースで学ぶブランド戦略		4		○			田中 洋	中央大学 名誉教授
必修	ケースで学ぶ顧客戦略		4		○	○		岡本 泰治	株式会社ディレクタス
必修	ケースで学ぶデジタル戦略		2		○	○		得丸 英俊	株式会社デジタルガレージ
必修	ワークショップ:ブランド開発		6		○			田中洋	中央大学 名誉教授
必修	ワークショップ:デジタルマーケティング戦略		6		○			丸岡吉人	跡見学園女子大学
必修	ワークショップ:マーケターとしての価値形成1		2		○	○		井上大輔	ソフトバンク株式会社

必修	ワークショップ: マーケターとしての価値形成2		2		○	○		山本多絵子	富士通株式会社
必修	ワークショップ: マーケターとしての価値形成3		2		○	○		鹿毛康司	株式会社かげこうじ事務所
必修	ワークショップ: 調整と実行としてのマーケティング1		2		○	○		田中準也	株式会社インフォバーン
必修	ワークショップ: 調整と実行としてのマーケティング2		2		○	○		鈴木健	株式会社ニューバランスジャパン
必修	ワークショップ: 調整と実行としてのマーケティング3		2		○	○		長田新子	一般社団法人渋谷未来デザイン
必修	PBL: マーケティング計画の策定		2		○	○		守口剛 宮地雅典	早稲田大学 カゴメ株式会社
必修	PBL: マーケティング計画の策定(中間発表)		3		○			守口剛	早稲田大学
必修	PBL: マーケティング計画の策定(最終発表)		5		○	○		守口剛 宮地雅典	早稲田大学 カゴメ株式会社
合計:	30科目				80			時間	

* 申請する課程で受講可能な全ての科目について記入してください。

* 「企業等」、「双方向」、「実務家」、「実地」の欄に○を付けた科目については、要件に該当することを明記したシラバスを添付してください。