

12:00	昼食		
13:00	事例研究 1. A社のシェア挽回戦略	ゼミ	シェア挽回のための、企業ビジョンの変更、新しい商品ポジショニングの発見など、事例をもとに理解の促進を行う。
13:30	マーケティングと商品開発戦略 1. 商品のライフサイクルとマーケティング 2. 競争のポジショニング 3. アンソフの製品市場戦略 4. 商品の持続的・破壊的イノベーション 5. プラボー思考商品	講義	商品のライフサイクルと各期間の特徴を理解し、それぞれにどのようなマーケティング戦略を考えるのが有効かを学ぶ。
14:30	グループワーク 1. 課題提示解説 2. グループ討議 3. グループ発表 4. 全体討議・まとめ	演習	講義で学んだ、マーケティングとフレームワークを使い、世の中にある商品を選択し、セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニングの分析をグループ単位で行う。 各グループの分析内容をもとに討議し、4Pの理解を進める。
16:30	21世紀型の消費構造 1. マズローの5段階欲求説 2. 消費構造の変化 3. 新しいライフスタイルの提案 4. 感性工学の視点 5. ゲーム開発に学ぶ戦う土俵を変える戦略	講義	商品の販売や開発において、消費構造の変化を高感度で捉えることは重要である。人間の欲求の変化から消費構造の変化を読み、成功事例と失敗事例を比較しながら、マーケティング戦略の重要性を理解する。
17:00	終了		