

5月13日(火) 3年選択 マーケティング



創業50年の地域密着型パン屋をモデルに、競合店の進出や高齢化による売上低下といった経営課題を設定。マーケティングの4P(製品・価格・流通・プロモーション)の視点から課題を分析し、新商品の開発や広報戦略の立案に取り組む形で授業を展開しました。

各班は、ターゲット設定や販売促進手法、商品設計の根拠などを整理し、スライドを用いてプレゼンテーションを実施。「高齢者にも食べやすいパンの開発」「SNSによる情報発信」「地域と連携した販促イベント」など、実社会を見据えた提案が多く見られました。

仮想事例を通じて現実のマーケティング課題に触れることで、知識の定着に加え、論理的思考力や課題解決力の向上にもつながる内容となっています。