

2024 年度佐賀大学大学院地域デザイン研究科試験問題 専門科目

【出題意図】

出題問は、マーケティング研究のなかでも基礎的な知識であると同時に企業活動に重要な位置を占めている戦略と理論を問うものである。なかでもポジショニング (Positioning) の明確化、コンセプト、マーケティングミックス (Marketing Mix) という戦略、そして延期と投機という理論は、今日的にも主要な戦略課題である。その戦略および理論をマーケティングの観点から正しく理解し具体的なケースに結びつき考察してもらうことが出題意図である。

問 1 (配点 100 点)

本問は、マーケティング論研究に必要な基礎知識にかかわるものであり、コンセプト (Concept)、ポジショニング (Positioning) の実現にむけたマーケティングミックスの (Marketing Mix) の策定を正しく理解できているかを問うものである。その戦略を具体的な事例から導くとともに戦略的有効性を考察してもらうことを求めている。

問 2 (配点 100 点)

本問は、マーケティング研究の主要課題である「延期」と「投機」という理論を正しく理解し説明できるかを問うものである。マーケティングにおける「延期」と「投機」という理論の意味を前者または後者と対比しながら正しく識別できるとともに両者の特性等についても適切な企業事例を用いて説明し自らの考えを述べてもらうことを求めている。