

## 2026 年度大学院入学試験（専門科目）出題意図

科目名	マーケティング論
<b>問題</b>	
<p>製品ライフサイクル（PLC）の各段階（導入期・成長期・成熟期・衰退期）において、製品、価格、流通、プロモーション（広告や販売促進等）の各マーケティング戦術がどのように変化するかを説明しなさい。また、それぞれの段階におけるマーケティング目的の違いについても論じなさい。</p>	
<b>出題意図</b>	
<p>製品ライフサイクル（PLC）に基づき、各段階に応じたマーケティング戦術の違いを理解し、段階ごとに企業が重視すべきマーケティング目的を体系的に説明できるかどうかを問う。マーケティングミックス（製品、価格、流通、プロモーション）の各要素を総合的に捉える力や、戦略の変化理由を説明する力を評価する。</p>	