

講義名	サービス・マーケティングリサーチ		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	栗田 真樹		
開講期・曜日・時限	前期 火曜日 5時限		
	2017年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2017年度 人間社会学部 観光学科 / 2017年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2017年度 経済学部 経済情報学科 / 2017年度 経済学部 経済学科 / 2017年度 商学部 マーケティング学科 / 2017年度 商学部 経営学科 / 2016年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2016年度 人間社会学部 観光学科 / 2016年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2016年度 経済学部 経済情報学科 / 2016年度 経済学部 経済学科 /		
履修開始年次	3年生	単位数	2
		講義コード	25057

主題と概要

マーケティングリサーチで用いる基礎的な多変量解析法について、その基本的な考え方と主要な計量モデルを学習する。本授業では、各手法を統計ソフトを用いて実践し、手順と結果の解釈までを学ぶ。
多変量解析の手法としては、重回帰分析、主成分分析、因子分析、判別分析、クラスター分析、数量化理論などをとりあげる。

到達目標

本授業は、統計解析ソフトを使って統計解析を行うときの基礎を身につけることを目的とする。したがって授業では、統計理論の詳細や解析のアルゴリズムまでは深入りしない。また、できるだけ数式を使用しないで授業を行うので、数学への抵抗感をもたずに受講することを勧める。

提出課題

・授業中のプリント課題

評価の基準

平常点、提出物（論文・レポートなど）、試験

履修にあたっての注意・助言他

アルゴリズムには深入りしませんが、数学的な知識は必要とします。「基礎統計学」「社会統計学」を履修済みであることが望ましく、これらの科目の知識が必要となります。また、出席だけで単位が出るようなことはありません。

教科書

ウルトラ・ビギナーのためのSPSSによる統計 小田利勝	ブレアデス出版 2200	978490381400
解析入門.		

プリント資料及び参考文献

プリントを配布する。
参考文献については、適宜指示する。

授業計画

1. サービスマーケティング・リサーチとは
2. 線形モデル(1)：分散分析の基礎
3. 線形モデル(2)：分散分析の実際
4. 顧客意識の説明(1)：重回帰分析の基礎
5. 顧客意識の説明(2)：重回帰分析の方法
6. 顧客意識の説明(3)：重回帰分析の実際
7. 顧客の位置づけ(1)：主成分分析・因子分析の基礎
8. 顧客の位置づけ(2)：主成分分析・因子分析の方法
9. 顧客の位置づけ(3)：主成分分析・因子分析の実際
10. 顧客の層化(1)：判別分析
11. 顧客の層化(2)：クラスター分析
12. 小標本の変量解析(1)：数量化理論
13. 小標本の変量解析(2)：カテゴリカル主成分分析
14. 理論モデルの検証：パス解析
15. まとめ

予習・復習

事前に教科書に目を通しておくこと。講義で学んだことを自分なりにノートにまとめておくこと。さらに復習をかねて、講義で学んだ手法を実践してみる。

備考