

講義名	マーケティング・リサーチ		
科目区分	学部専門科目		
担当教員	綿貫 真也		
開講期・曜日・時限	後期 水曜日 3時限		
履修開始年次	2年生	単位数	2
		講義コード	33024

### 主題と概要

本講座では、実際にマーケティング戦略が立案されていく過程を通じて、各フェーズで必要となる調査方法、手法について学んでいきます。特に、実際にグローバルカンパニーで活用されている方法について学ぶことで、グローバルスタンダードなマーケティングリサーチ手法とその背景にあるフィロソフィを学びます。

### 到達目標

・マーケティングにおける戦略の重要性を理解し、マーケティングリサーチプランをデザインし、データを取得し、使いこなせることができるようになること。

### 提出課題

授業中の課題および最終レポート

### 評価の基準

授業中の課題：50% / 最終レポート：50%

### 履修にあたっての注意・助言他

授業中の課題：50% / 最終レポート：50%

### 教科書

.使用しない。

### プリント資料及び参考文献

必要に応じて、授業中に配布、解説。

### 授業計画

1. 次世代マーケティングリサーチ：マーケティングテクノロジーやAI、機械学習、生体情報の活用について / ガイダンス
2. マーケティング戦略のプランニングについて
3. ストラテジックバックグラウンド(1)：市場の現状をマクロで捉える
4. ストラテジックバックグラウンド(2)：市場の今後を予測する
5. ターゲティング(1)：市場・消費者を自在に分ける
6. ターゲティング(2)：消費者の生活、心を深く知る
7. ポジショニングとUSP(1)：競合に勝てるポイントを決める
8. ポジショニングとUSP(2)：競合に勝てるポイントを決める
9. コンセプトメイキングと製品需要予測(1)：科学的にアイデアを決める
10. コンセプトメイキングと製品需要予測(2)：アイデアの受容性を予測する
11. マーケティング・コミュニケーション効果測定と分析(1)：マスマーケティングとデジタルマーケティングの最適化について
12. マーケティング・コミュニケーション効果測定と分析(2)：広告クリエイティブを評価する視点
13. ブランド資産価値測定(1)：そのブランドの特徴は何か?
14. ブランド資産価値測定(2)：そのブランドはいくらか?
15. まとめと最終課題

### 予習・復習

復習

### 備考