

講義名	マーケティング・データ分析		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	綿貫 真也		
開講期・曜日・時限	後期 金曜日 4時限		
	2018年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2018年度 人間社会学部 観光学科 / 2018年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2018年度 経済学部 経済情報学科 / 2018年度 経済学部 経済学科 / 2018年度 商学部 マーケティング学科 / 2018年度 商学部 経営学科 / 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 /		
履修開始年次	2年生	単位数	2
		講義コード	54029

主題と概要

本講座では、ビジネス・データサイエンスの基本的な活用方法について学びます。ビジネスの現場では、様々なデータを扱うことが多く、まずは、いろんなデータが必要とされ、処理することが求められます。加えて、現在のマーケティングを含めたビジネス界では、データの処理方法として、AI（人工知能：Artificial Intelligence）・機械学習の活用が行われ始めています。学生の皆さんが、社会に入るころには、ビジネス現場でAI・機械学習の活用能力を持つことは、電卓なみに当たり前のこととなるでしょう。大切なことは、無目的に技術をふりかざすことではなく、戦略上な目的を実現するために、機械学習などの新しいテクノロジーを知り、使いこなせるようになることです。

到達目標

- ・これからのマーケティング、ビジネスにおけるAI・機械学習の重要性と必要性を理解し、実際に、身近な問題に活用できるようになること。
- ・分析の結果から、わかったことを自分なりに説明できるようになること。
- ・ビジネスでは、さまざまな種類のデータを扱うということを理解し、そうしたデータが、皆さんの身の回りであふれているということ。

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

- ・プログラミングの知識や数学的知識を必要とはしません。つまり、理系的素養がなくても問題ありません。
- ・ニュース（新聞、ニュースアプリ、ネット、TVなど媒体問わず）で、最近のビジネスの動向に敏感になること。

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 . これからのマーケティング情報環境を知る
- 2 . ビジネス・データサイエンスの作法と手法
- 3 . 戦略課題と取り扱うデータについて
- 4 . データコレクション（必要なデータの収集）とデータの処理について 1
- 5 . データコレクション（必要なデータの収集）とデータの処理について 2
- 6 . データコレクション（必要なデータの収集）とデータの処理について 3
- 7 . 機械学習によるデータ解析と結果の分析 1
- 8 . 機械学習によるデータ解析と結果の分析 2
- 9 . 機械学習によるデータ解析と結果の分析 3
- 10 . 機械学習によるデータ解析と結果の分析 4
- 11 . 分析レポートの作成
- 12 . 分析レポートの作成
- 13 . 分析レポートの作成
- 14 . プレゼンテーション
- 15 . プレゼンテーション

予習・復習

復習が大切です。

備考