

講義名	マーケティング・データ分析			授業形態	
担当教員	川村 洋次	開講期・曜日・時限	後期 金曜日 3時限		
		単位数	2	履修開始年次	2年生

主題と概要

情報化社会におけるビジネスではデータの分析・処理能力が企業の競争力を決定すると言っても過言ではありません。本講座では、データ分析の基本的な考え方を身につけ、皆さんがデータ収集し分析することで課題解決に向き合っていくという物語の中で、基礎的なデータ分析の手法を学習することを目指します。データの可視化、相関分析、検定、回帰分析などについて体験・実践します。

到達目標

- (1) データ分析の基本的な考え方を身につける。
- (2) データ分析の基本的な手法を理解する。
- (3) データ分析の基本的な手法を実践できる。

提出課題

授業中の課題および最終レポート

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

課題は実習を中心に行い、その場でフィードバックしていきます。

評価の基準

授業中の課題：約70%
最終レポート：約30%

履修にあたっての注意・助言他

データ分析や統計分析は、概念や理論のみを学習するとなかなか理解できませんが、実際のデータ分析の実践を通じて、道具として活用できることを体験すると、少しずつ理解できるようになります。まずはコンピュータ（道具）を使ってデータ分析をやってみることをお勧めします。

教科書

.1からのデータ分析.	古川 一郎・上原 渉	碩学舎	2400	9784502436413
-------------	------------	-----	------	---------------

参考図書

その他

授業計画

1. ガイダンス / 研究の進め方とデータの分析
(予習) 最近気になった観光・コンテンツ・広告について調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深める (180分)
2. データの可視化 - マーケティングの理論
(予習) マーケティングとは何かを事前に調べる (90分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深める (150分)
3. データの可視化 - 二次データの活用
(予習) 訪日外国人観光客の動向について事前に調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
4. データの可視化 - 観光マーケティング戦略
(予習) 訪日外国人観光客に対するマーケティング戦略について事前に調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
5. 相関分析 - 文化的コンテンツと顧客満足度の理論
(予習) 博物館の動向について事前に調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
6. 相関分析 - 顧客満足度調査
(予習) アンケート実施手順について事前に調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
7. 相関分析 - コンテンツ・マーケティング戦略
(予習) 文化的コンテンツに対するマーケティング戦略について事前に調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
8. 検定 - 広告の理論
(予習) 印象に残る広告を事前に調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
9. 検定 - インタビュー調査・実験によるデータ収集
(予習) 広告表現の評価方法について事前に調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
10. 検定 - 広告表現計画
(予習) 評価を踏まえた広告表現計画について事前に調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
11. 回帰分析 - イメージの理論
(予習) 原産国のイメージについて事前に調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
12. 回帰分析 - 二次データの活用
(予習) メンズファッションについて事前に調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
13. 回帰分析 - 国際マーケティング戦略
(予習) 調査を踏まえた国際マーケティング戦略について事前に調べる (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
14. データ収集の方法と統計分析
(予習) 授業で学んだデータ収集方法と統計分析方法について整理する (60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深め、実践力を高める (180分)
15. 最終レポート課題 / 振り返り

授業形態（アクティブ・ラーニング）

ア：PBL（課題解決型学習）	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

・目標（1）（2）を身につけることで、マーケティング、ブランド戦略、小売業界、流通に関する問題探索、課題提案の妥当性を客観的に検証するための具体的な手法を身につけることができる。目標（3）を身につけることで、（1）（2）について、データドリブン思考で捉えることができる。
・目標（1）（2）を身につけることで、企業や組織のリーダーに求められる、具体的な改善策や解決策の妥当性を客観的に検証するための具体的な手法を身につけることができる。目標（3）を身につけることで、DP（2）について、データドリブン思考で捉えることができる。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

座学のみならず、アプリケーションを用いて、その場で解析を行ってもらった実践的な授業内容です。

実務経験の有無及び活用

実務経験あり
コンサルティングの観点からデータ分析の進め方について言及します。

備考
