

講義名	マーケティング・サイエンス/マーケティング・サイエンス			授業形態	
担当教員	川村 洋次	開講期・曜日・時間	後期 金曜日 2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、マーケティングに関わる様々な活動を科学的に捉えることが重要になります。科学的に分析・整理を行う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、マーケティングに対する科学的アプローチの基本的な考え方を身につけ、基礎的なデータ・サイエンスの手法を学習することを目指します。消費者行動モデル、マーケティング戦略、製品デザイン、プライシング、広告、プロモーションなどについて科学的観点から分析・実習します。

到達目標

- (1) マーケティング・サイエンスの基本的な考え方を身につける。
- (2) マーケティング・サイエンスの基本的な手法を理解する。
- (3) マーケティング・サイエンス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

マーケティング・サイエンスは、概念・理論・数式のみを学習するとなかなか理解できないですが、実際のデータ分析やモデル体験を通じて、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、モデル体験、シミュレーションをやってみることをお勧めします。
基本的には参考書をもとに授業を進めますので、教科書としては指定していませんが、理解を深めるためには参考書を購入することを進めます。

教科書

.使用しない。				
---------	--	--	--	--

参考図書

.マーケティング・サイエンス入門。	古川 一郎・守口 剛・阿部 誠	有斐閣アルマ	2100	9784641124387

その他

授業計画

1. ガイダンス/マーケティング・サイエンスのすすめ
(予習) 科学的アプローチとはどのようなことを事前に調べる(60分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深める(180分)
2. 市場の予測
(予習) 市場規模を予測するモデルについて事前に調べる(90分)
(復習) 授業内容を復習し、理解を深める(150分)
3. 消費者行動
(予習) 消費者行動モデル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. マーケティング情報の収集と活用
(予習) マーケティング情報の情報源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. マーケティング戦略の決定
(予習) セグメンテーションの区分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. 製品デザイン
(予習) 製品の属性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. プライシング
(予習) 価格を決定する要因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. コミュニケーションと広告
(予習) 広告効果の測定手法を事前に調べる(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. プロモーション
(予習) プロモーションの種類・種類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. 流通と営業
(予習) 流通チャネルの種類と特性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. テストとコントロール
(予習) テスト・マーケティングとは何か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. 現代マーケティング - データベース・マーケティング
(予習) データベース・マーケティングとは何か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. 現代マーケティング - ブランド評価と測定
(予習) ブランド力とは何か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. 現代マーケティング - ソーシャル・メディアの活用
(予習) ソーシャル・メディアの種類と特性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)
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)(3)の達成を通じ、市場の分析が行えるようになる。それにより、データに基づいたマーケティング戦略・ブランド戦略の策定が可能になる。
- ・目標(1)(2)(3)の達成を通じ、常に変化する消費者をデータに基づき的確に捉えることができるようになる。

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、その場で解析を行う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マーケティング・サイエンスの考え方や実践について言及します。

備考

--