

講義名	マーケティング・サイエンス			授業形態	
担当教員	ギミレ アニル	開講期・曜日・時限	後期 月曜日 2時限		
		単位数	2	履修開始年次	3年生

主題と概要

現代では、インターネットや情報通信技術の発達により販売状況や消費者の特徴に關わる膨大なデータを蓄積できるようになっているため、経験・勘・発想・ひらめきに頼らずデータを積極的に用いて科学的にマーケティングにおける意思決定を行うことが重要視されている。本講義では、Excelソフトウェアを用いて、マーケティングで必須となるデータ解析の手法を解説する。

到達目標

授業の到達目標及びテーマ
次の2つの到達目標
1. 課題を解決するため分析の方法論を理解できるようになる。
2. データ分析について一人で実際にできるようになる。

提出課題

中間レポートと最終課題（プレゼンテーション）があります。

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

毎回の講義で課題のディスカッションをしています

評価の基準

学生に対する評価 中間レポートおよび期末試験により評価する。評価配分は以下のとおりになる。
・中間レポート 50%
・期末試験（プレゼンテーション）50%

履修にあたっての注意・助言他

数学的な説明はなるべく避けますが、統計学との関わりが強い講義です。ただし、出席して話を聞いていけば理解できます。つまり、遅刻や欠席が多いとついていけなくなります。私語や講義途中の入室、途中退室、携帯電話やゲームなどの使用は控えてください。注意しても改善されない場合、減点対象となるが、採点（成績評価）対象から除外となります。

教科書

.使用しない。

参考図書

.なし。

その他

模擬データを配布します。

授業計画

- 第1回：データ分析の基本知識と狙い（予習・復習：48時間）
- 第2回：ケース課題1及びツールについて（予習・復習：48時間）
- 第3回：仮説の立て方（予習・復習：48時間）
- 第4回：調査項目の作成方法（予習・復習：48時間）
- 第5回：データ収集方法（予習・復習：48時間）
- 第6回：t検定・相関分析・回帰分析（予習・復習：48時間）
- 第7回：結果の記述（中間レポート）（予習・復習：48時間）
- 第8回：ケース課題2及び問題意識・仮説決定（予習・復習：48時間）
- 第9回：調査項目の作成（予習・復習：48時間）
- 第10回：データ収集（予習・復習：48時間）
- 第11回：分析（t検定）（予習・復習：48時間）
- 第12回：分析（相関分析）（予習・復習：48時間）
- 第13回：分析（回帰分析）（予習・復習：48時間）
- 第14回：パワーポイント（予習・復習：48時間）
- 第15回：プレゼンテーション/ディスカッション（予習・復習：48時間）

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

目標の達成を促すことで、自らの力で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の策定が可能になる。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

みなさんと一緒に解釈を考えていきます。基本的にはパソコンを利用した演習タイプの講義です。

実務経験の有無及び活用

備考

受講生の理解度に応じて、講義内容を変更することもあります。