2022 年度の講義概要のデータベースを検索します。

学部・研究科 Faculty/Graduate School	商	時間割コード Course Code	40932
科目名 Course title サブテーマ Subtitle	マーケティング・サイエンス	授業形態/単位 Term/Credits クラス Class	春/2
担任者名 Instructor	宮崎　慧	曜限 Day/Period	木1

授業概要 Course Description 到達目標 Course Objective	**授業種別 / Teaching Types**
	講義（対面型） **言語 / Language**
	日本語(Japanese) **授業概要 / Course Description**
	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関わる膨大なデータが蓄積されるため、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意思決定を行うアプローチが重要視されています。 　そこで本講義では、データを用いて科学的に市場を理解する方法である「マーケティング・サイエンス」の代表的な手法を解説します。特に重要な手法については実際に受講生のみなさんでデータ収集を行い分析する実習、もしくはデモンストレーションを行う予定です。 **学位授与方針 / DP**
	（商学部） 1.知識・技能 　　**③専修に関わる専門知識の修得。** 2.思考力・判断力・表現力等の能力 　　①ビジネス・経済・社会に対する広い視野と鋭い洞察力をも つ。 　　②企業倫理と社会的責任を深く認識し、品格をそなえたリーダーシップと「考動力」を発揮できる。 3.主体的な態度 　　自ら諸問題を発見し、主体的かつ柔軟に取り組むことができる。 **到達目標 / Course Objectives**
	マーケティング・サイエンスの基本的な手法を学び、またマーケティング課題に対して適切な手法を判断し、活用できるようにする。 **授業手法 / Teaching Methods**
	・教員による資料等を用いた説明や課題等へのフィードバック
授業計画 Course Content	**授業計画 / Course Content**
	第1回　ガイダンス 第2回　事業機会の発見におけるマーケティング・サイエンス手法 第3回　知覚マップの説明 第4回　知覚マップの活用例 第5回　知覚マップ作成のためのデータ分析手法 第6・7回　知覚マップ実習 第8回　STPにおけるマーケティング・サイエンス手法 第9回　セグメンテーション手法（クラスター分析など） 第10・11回　セグメンテーション実習 第12回　ターゲティング・ポジショニング 第13回　選好分析 第14回　製品開発に関連したマーケティング・サイエンス手法 第15回　製品ライフサイクル・コンジョイント分析
	授業時間外学習 / Expected work outside of class
	授業資料、教科書、ノートを読み返し、授業内容の理解に努めるよう復習をすること。
成績評価の方法・基準 Grading Policies / Evaluation Criteria	**方法 / Course Content**
	筆記試験に代わる論文（レポート）の成績と平常成績で総合評価する。 レポート100% ※成績評価方法を、「筆記試験に代わる論文（レポート）の成績と平常成績で総合評価する。」に変更しました。2022年5月10日
	基準 / Evaluation Criteria
	各回で扱った基本事項の知識と理解、またそれらをマネジメントプロセスにおける具体的な問題に対しどのように活用すればよいかを問う。
教科書	

Textbooks	
参考書 References	照井伸彦　佐藤忠彦　　現代マーケティング・リサーチ　　有斐閣 古川一郎　守口剛　阿部誠　　マーケティング・サイエンス入門　　有斐閣アルマ 田中洋　　課題解決型！マーケティング・リサーチ入門　　ダイヤモンド社
フィードバックの方法 / Feedback Method	
担任者への問合せ方法 / Contacts	
備考 Other Comments	受講人数によってはデータを用いた知覚マップの作成やセグメンテーションなどの実習を行います。これが難しい場合は分析のデモンストレーションを行う予定です。 ※成績評価方法を、「筆記試験に代わる論文（レポート）の成績と平常成績で総合評価する。」に変更しました。2022年5月10日

Copyright(C) 関西大学および情報提供者　All rights reserved.　無断転載を禁じます