

科目名 Class	入学年度 Admission Year	開講学年・学期 School Year, Semester	単位数 Credit	必・選	授業担当者 Instructor
マーケティング・リサーチ	共通 経営情報学科	3・4年生・前期	2単位	選択	坂本 徹
履修の前提条件	コンピュータを大学のネットワークに接続できる状態にしておいて下さい。パスワードの有効期限は6か月ですから、有効期限のチェックや更新、再発行の手続きなど意外に時間がかかります。				
授業概要 (Course Outline)					
マーケティングは、顧客の集まりである市場の創設、潜在的な顧客の取り込み、人々の関心を自社製品に振り向かせる試み等にかかわる企業活動である。そのためにはどんな製品が求められているのか、納得できる価格帯は？有効な販売方法は？どのような流通経路でお客様に商品をお届けすれば良いのかといった事柄についての調査研究(リサーチ)が必要となる。この調査研究には①分析方法、②統計、③コンピューターに関する知識と技術の3つが同時に必要です。この講義ではこの3点について勉強して行きましょう。実際のリサーチにはこれに加えて調査票の設計と作成、調査の実施と集計が必要ですが、これには経験が必要で、本講義はその基礎となるものです。					
授業を通して修得できる力 (Competency Goals)					
知識・理解の観点 Knowledge and Understanding	多文化・異文化に関する知識の理解 Multiple Culture / Different Culture				
	人類の文化・社会と自然に関する知識の理解 Human Culture / Society / Nature				○
汎用的技能の観点 Generic Skills	コミュニケーション・スキル Reading / Writing / Speaking / Listening				
	数量的スキル Mathematics				○
	情報リテラシー Information Literacy				○
	論理的思考力 Logical Thinking / Creative Thinking				○
	問題解決力 Problem Solving				
態度・志向性の観点 Personal Qualities	建学の精神 University Founding Philosophy				
	自己管理能力 Self-management				
	チームワーク Teamwork				
	リーダーシップ Leadership				
	倫理観 Ethical Sense				○
	市民としての社会的責任 Social Responsibility				○
	生涯学習力 Lifelong Learning				○
到達目標 (Objectives)					
「家計調査年報」にアクセスして、ある品目の消費実態を観察し簡単な分析レポートを書くことができるようになること。その際に意識的に時系列とクロスセクションの双方の視点から対象にアプローチする姿勢を習得する事。					
事前学習の内容	1年次「情報リテラシー演習 I・II」を、特にExcelについて復習して下さい。				
事後学習の内容	授業中に提示した事例は、必ず実データで実行し、保存しておいて下さい。				
能動的学習【アクティブラーニング】の内容 (Active Learning)					
授業ではコンピュータの操作を通じて、データベースへのアクセス、データの取り込み、データの編集と分析を行います。これまでに修得したコンピュータの知識・技術を総動員して、又は思い出しながら自らの経験として積み上げて行くこと。					
教員との連絡方法・オフィスアワー (Office Hour)					
授業中に生じた疑問点・意見は、できるだけその場で採り上げて行きます。その他については月曜の3・4時間目(12:50~16:00)をオフィスアワーとしていますので、この時間帯は事前連絡無しでお待ちしています。					
その他 (Others)・外部試験との関連・学習の確認(ポートフォリオの作成と提出)について					
統計検定、マイクロソフトオフィス検定、販売士などの外部試験を受験した者は成績評価の対象とします。ポートフォリオシート「科目別履修確認チェック表」に必要事項を記入し最終講義時に提出して下さい。					

授業計画 (Course Schedule)			
テーマ Theme			
第1回	マーケティング・リサーチとは何か		
第2回	J.M.A. A.M.A.の定義		
第3回	マーケティングの歴史		
第4回	企業のマーケティング		
第5回	コンピューターについて		
第6回	kiis networkの概要		
第7回	表計算ソフトウェアの概要		
第8回	セカンダリーデータ(2次資料)とその利用		
第9回	日本の5大センサス		
第10回	国勢調査とマーケティング・リサーチ		
第11回	その他の重要な2次資料		
第12回	現状分析例(家計調査年報を利用した時系列分析)		
第13回	現状分析例(家計調査年報を利用した所得階層別分析)		
第14回	現状分析例(家計調査年報を利用した世帯人員数と年齢別分析)		
第15回	現状分析例(家計調査年報を利用した都道府県別分析)		
第16回	定期試験		
教科書 (Textbooks)			
書名 Title	著者名 Author	出版社 Publisher	ISBNコード ISBN Code
マーケティング・リサーチ — マーケティング、コンピューター、リサーチ —	坂本 徹	東筑印刷	私家版 授業中に配布
参考文献 (Reference Books)			
書名 Title	著者名 Author	出版社 Publisher	ISBNコード ISBN Code
マーケティング・リサーチの実際	近藤光雄・小田宜夫	日経文庫	ISBN978-4-532-11009-3
成績評価方法 (Grading Criteria / Method of Evaluation)			
評価 = 中間レポート + 定期試験評価 4 : 6			