

授業科目名	マーケティングリサーチ			科目コード	G4303P05
英文名	Marketing Research				
科目区分	経営情報専攻科目 - 経営戦略				
職名	助教	担当教員名	梁 庭昌		
学部	現代社会学部	学科	現代社会学科		
曜日	金曜日	時限	2限目		
開講時期	3年前期	授業の方法	講義		
必修・選択	選択	単位数	2単位		
授業の概要	マーケティングリサーチは重要なマーケティング活動の一つである。本講義では、定量調査に焦点を当て、具体的なマーケティング事例からマーケティングリサーチの意義および分析方法について学ぶ。具体的には、マーケティングリサーチの全体像、グラフや平均など分析の第一ステップ、また相関分析や回帰分析など主要な5つの分析手法を取り上げる。統計学や社会調査法などを受講しておくことが望ましい。				
キーワード	マーケティングリサ	定量調査	データ集計	データ分析	
到達目標	マーケティングリサーチの機能的側面から、その意義を体系的に理解することができる。				
	マーケティングリサーチの基本的な手順を理解し、データ集計および分析方法を把握することができる。				
	マーケティングリサーチのための定量調査を利用し、具体的なマーケティング課題を解決する能力を身につける。				
ディプロマポリシー	3.スペシャリストとしての能力（専門性の向上）		2.国際人としての能力（専門性の向上）		
カリキュラムポリシー	専門分野に共通する基礎知識の向上		経営情報に関する専門性の向上		
キー・コンピテンシー（重視する能力）					
コミュニケーション力	協働力	課題解決力	人間理解力	教育支援力	
教授方法（授業方法）					
知識教授型	対話型授業	演習・反復型授業	グループ演習	地域フィールドワーク	授業外学修指導・自主活動

授業計画

回数	授業内容 詳細	標準時間
第1回	オリエンテーション、マーケティングリサーチの全体像と基礎概念	
	【予習】本講義の概要や到達目標、各回の内容を確認する。	60分
	【復習】マーケティングリサーチの全体像を確認する。	60分
第2回	マーケティングリサーチの基本的な手順	
	【予習】「マーケティングリサーチの手続きの出発点とは何か」について調べておくこと。	60分
	【復習】検証的リサーチと探索的リサーチのそれぞれのサイクルをまとめること。	60分
第3回	マーケティング問題に対して答えを出す方法：仮説検証	
	【予習】「仮説検証とは何か」について調べておくこと。	60分
	【復習】仮説検証の発想を理解してその手順をまとめること。	60分
第4回	どのようにデータを集めるか：サンプリング	
	【予習】「サンプリング・プロセスとは何か」について調べておくこと。	60分
	【復習】サンプリングを実施するときの注意点とその理由をまとめること。	60分
第5回	どのようにスーパーの仕入れをより効率的に実現するか：平均と標準偏差	
	【予習】「平均の使われ方と標準偏差の役割」について調べておくこと。	60分
	【復習】事例として分析結果からマーケティング案を作成し、その理由をまとめること。	60分
第6回	エアコンの販売台数とアイスクリームの販売量との間にはどのような関係があるか：相関分析	
	【予習】「相関分析とは何か」について調べておくこと。	60分
	【復習】相関分析からわかることと気を付けることをまとめること。	60分
第7回	男性と女性で味の選好に違いはあるか： χ^2 検定	
	【予習】「 χ^2 検定とは何か」について調べておくこと。	60分
	【復習】 χ^2 検定でできることと気を付けることをまとめること。	60分
第8回	コンビニのPOP広告は効果があるか：t検定	
	【予習】「t検定とは何か」について調べておくこと。	60分
	【復習】t検定でできることと気を付けることをまとめること。	60分
第9回	最も有効なプロモーション企画はどれか：分散分析	
	【予習】「分散分析とは何か」について調べておくこと。	60分
	【復習】分散分析でできることをまとめること。	60分

第10回	暑い日ほど弁当が売れる現象からみる因果関係：回帰分析	
	【予習】「回帰分析とは何か」について調べておくこと。	60分
	【復習】回帰分析でできることと気を付けることをまとめること。	60分
第11回	お気に入りのブランドに対するイメージはどのようなものか：因子分析	
	【予習】「因子分析とは何か」について調べておくこと。	60分
	【復習】因子分析でできることと気を付けることをまとめること。	60分
第12回	質問票の作成（1）	
	【予習】「質問票を作成する前に何を行うか」について調べておくこと。	60分
	【復習】質問票調査でできることをまとめること。	60分
第13回	質問票の作成（2）	
	【予習】「質問票の回答形式にはどのようなものがあるか」について調べておくこと。	60分
	【復習】各回答形式の特徴とメリット・デメリットをまとめること。	60分
第14回	質問票の作成（3）	
	【予習】「ある商品またはサービスの満足に関する質問票」を参考資料として調べておくこと。	60分
	【復習】Googleフォームを利用して質問票の作成を実践すること。	60分
第15回	講義内容の総括	
	【予習】講義内容の全体を確認し整理すること。	60分
	【復習】マーケティングリサーチの意義、またそれぞれ具体的な分析手法がどのようなマーケティング課題を解決できるかを明確にすること。	60分
第16回		
	【予習】	
	【復習】	

評価方法	・最終課題レポート 100% ・富山国際大学成績評価基準に従って評価する		
使用資料 <テキスト>	講義の際に適宜資料を用意し、一部を配布する。	使用資料 <参考図書>	松井剛・西川英彦『1からのマーケティング分析』，碩学舎，2020
授業外学修等	予習、復習を合計、週2時間必要とする。その他、新聞、雑誌、ニュースなど、企業や消費者などの関連記事に常に目を通しておくこと。		
授業外質問方法	適宜相談に応じるが、電子メールなどで事前にアポイントを取ること。		
オフィス・アワー			