

授業概要

売れている商品やブランドに共通するところは何だろうか。また新しい商品を開発する時にお客様の声をどのように探ることができるのか、展開しているCMの問題点はどこにあるのか。マーケティング・リサーチではこのようなことを明らかにするために必要な考え方や方法を講義、指導する。

授業計画

第1回	ガイダンス
第2回	マーケティング・リサーチとは何か
第3回	マーケティング・リサーチはなぜ必要なのか
第4回	マーケティング・リサーチの種類
第5回	調査をするために必要な考え方
第6回	データ収集のさまざまな方法
第7回	データのわかりやすいまとめ方
第8回	ブランドのイメージを調べてみよう（Twitter 編）
第9回	ブランドのイメージを調べてみよう（アンケート編）
第10回	コレスポネンス分析
第11回	アパレルブランドの「有名度」を比較してみよう
第12回	平均値の落とし穴
第13回	ビッグデータとマーケティング・リサーチ
第14回	関係性を探ってみよう
第15回	まとめ、振り返り
第16回	定期試験

到達目標

- ・マーケティング・リサーチの考え方を理解すること。
- ・実際に自分でいくつかの調査や分析ができるようになること。

履修上の注意

5回以上欠席したら単位を与えないので注意すること。また講義開始後 10 分を超えたら入室を認めない。他のマーケティング関連科目をあわせて履修することが望ましい。

予習復習

参考書や配布したプリント、板書の内容を見返しておくこと。

評価方法

平常点：40%、定期試験：60%

テキスト

特に指定しない。