

授業概要

マーケティングの戦略や施策を立案するにあたり、マーケティング・リサーチは大変強い味方になります。企画・発想の取っ掛かり、方向性や詳細の検討、妥当性の確認、周囲への説得など様々な局面で活用できるので、マーケティングについて学んだことを実際に使いこなす際の、あるいは将来優秀なビジネスパーソンになるための、極めて有効な武器だと言えます。ただし、「どんなデータや情報を参照するか/創るか」、「データや情報をどうやって読み取るか」、そして「読み取りをどうやって活かすか」、そのどれに関する知識が欠けても効果は得られません。

客観的で戦略的な思考のために、まずリサーチに関わる基本的な考え方と方法論について、さらにリサーチをどう使いこなすかについて、演習や事例も交えて講義します。

授業計画

第1回	イントロダクション ～「人」と「価値」がマーケティングの基本
第2回	マーケティング計画の中での位置づけ
第3回	マーケティング・リサーチのタイプと特徴
第4回	マーケティング・リサーチに臨む姿勢 ～仮説をもつことの重要性
第5回	定性調査の手法と分析
第6回	消費者行動などの理論とマーケティング・リサーチ
第7回	定量調査の手法
第8回	サンプリングと調査票作成
第9回	分析手法1 データの特徴をつかむ
第10回	分析手法2 データ間の関係を知る
第11回	分析手法3 データを読み取りやすくする
第12回	事例と演習で学ぶリサーチの活用1：商品開発
第13回	事例と演習で学ぶリサーチの活用2：マーケティング計画
第14回	事例と演習で学ぶリサーチの活用3：ブランディング
第15回	“データの時代”のマーケティング・リサーチ、まとめ
第16回	筆記試験

到達目標

- ・マーケティング・リサーチによって得られるものを理解し、使いこなし方をイメージできる。
- ・課題に即してマーケティング・リサーチを実践するのに必要な、設計・分析・読み取りに関わる知識を得る。

履修上の注意

- ・6回以上欠席した場合は単位を与えない。15分以上の遅刻者は入室を認めない。
- ・私語、携帯電話等の利用、食事、他者への迷惑行為は厳禁。繰り返し行うものは退室を命じ、欠席とみなす。
- ・「マーケティング論」を受講していることが望ましい。
- ・受講希望者は第1回の授業に必ず出席すること。欠席者は特別な事情がない限り受講を認めない。

予習・復習

基本的に毎回、授業内容の復習や自分ごと化に役立つ簡単なレポートの提出を求める。レポートを済ませるだけでなく、前回授業の内容を再確認して次の授業に臨んでほしい。

評価方法

期末試験：60%、 レポートの提出と内容：20%、 受講態度：20%

テキスト

恩蔵直人・富田健司編著『1からのマーケティング分析』、碩学舎、2011年（税込2,592円）