

**授業概要**

普段、我々は様々な商品やサービスを購入することで日々の生活を行っています。しかしながら、それらの商品・サービスが市場に投入されるまでの間に、企業はマーケティング・リサーチを行って、その商品・サービスが本当に売れるのかどうかを様々な角度から検証しています。

本講義の目的は、マーケティング・リサーチについての理論を理解してから、実際に理論を駆使してマーケティング・リサーチを活用できるようになることです。

**授業計画**

第 1 回	オリエンテーション
第 2 回	マーケティング分析とは何か
第 3 回	仮説検証
第 4 回	マーケティング・リサーチの基礎①データの種類
第 5 回	マーケティング・リサーチの基礎②1 次データ収集の方法
第 6 回	STP とマーケティング・リサーチ①STP
第 7 回	STP とマーケティング・リサーチ②ポジショニング・マップ
第 8 回	相関分析
第 9 回	回帰分析
第 10 回	因子分析
第 11 回	個人（グループ）ワーク①質問票の作成
第 12 回	個人（グループ）ワーク②データ分析
第 13 回	個人（グループ）ワーク③戦略立案
第 14 回	プレゼンテーション
第 15 回	試験
第 16 回	

**到達目標**

マーケティング・リサーチとは何かを理解し、実際に理論を駆使してマーケティング分析が行えるようになるため、本講義ではマーケティング・リサーチの基礎的な内容を講義した後、個人（グループ）ワークを行います。これにより、他者と協働して学ぶ姿勢、そして個人及びチームとしての思考力とプレゼンテーション能力の向上を図ります。

**履修上の注意**

講義の前半はパワーポイントにて講義を進めていきます。講義の後半は、グループワークを行います。また、講義内で質問をしますので、日頃からマーケティング・リサーチに関心を持ってください。

**予習・復習**

シラバスを見ながら、テキストや参考書等で予習・復習を行うこと。

**評価方法**

グループワーク等（50%）、試験（50%）によって評価する。

**テキスト**

参考書：恩蔵直人・富田健司編著『1 からのマーケティング分析』中央経済社。