平成29年度 授業シラバスの詳細内容

科目名(英)	マーケティングリサーチ(Marketing Research)			授業コード	E005201
担当教員名	梅本　光一			科目ナンバリングコード	E30308
配当学年	3	開講期	前期		
必修・選択区分	選択	単位数	2		
履修上の注意または履修条件	毎回の授業は連続しているので、欠席はしないで必ず15回の授業には出席するようにしてください。				
受講心得	授業の中での課題把握、レポートでの質問力をつけるということを意識して受講してください。				
教科書	教科書は使いません。図書館でマーケティングリサーチ関連の本を1冊読了しておくことが望ましい。				
参考文献及び指定図書	近藤光雄『マーケティングリサーチ入門』(日経文庫)				
関連科目	マーケティング関連科目、流通経営、日本のサービス業				

授業の目的	「マーケティングリサーチはどのように活用されているのか？」 情報の収集と分析を通じて、次の行動への判断材料を提供する働きです。つまり、マーケティングリサーチとは①様々な場面で、②様々な種類の情報を、③様々に収集～分析～活用する、積極的な行動なのです。 　授業ではマーケティングリサーチそれ自体よりも、企業を中心とした実際の活動にどう役立っているのかを学びます。何故そうなのか？と考える習慣、その先にある考え抜くということに挑戦して下さい。
授業の概要	講義を主体とします。教材はレジュメ、資料、ビデオなど。積極的な質問を歓迎します。

○授業計画	
学修内容	学修課題(予習・復習)
第 1 週 ： オリエンテーションとマーケティングリサーチ マーケティングリサーチとは？マーケティングリサーチで何がわかるか？市場を知るには？市場の何を知りたいか？理解する	パワーポイント
第 2 週 ： マーケティングリサーチの主な手法 顧客満足のマーケティングリサーチ、商品開発のマーケティングリサーチのそれぞりはどのように違うのか？どんな時に使うのか？を理解する	パワーポイント
第 3 週 ： チームで考える　マーケティングリサーチのケース分析 ブランドの健康診断、ブランドにおいて何が問題なのか？を発見する。どの市場調査をすれば答えが導き出せるのか？を理解する	パワーポイント
第 4 週 ： チームで考える　マーケティングリサーチのケース分析 市場調査で得られた情報をもとにいかにして戦略をを決定するのか。何を重要視して戦略を決定するのかを理解する	パワーポイント

第 5 週 ： チームで考える　マーケティングリサーチのケース分析 商品企画のプロセス、商品企画をするための調査とは？インタビュー法、グループインタビュー法、観察法、リードーユーザー法を理解する	パワーポイント
第 6 週 ： チームで考える　マーケティングリサーチのケース分析 アイディアの創出　　kJ法、コンセプト開発について理解する	パワーポイント
第 7 週 ： プロトタイピング プロタイピングの手法、市場規模の確認、競合・技術の確認、顧客ニーズの確認	パワーポイント
第 8 週 ： 販促提案 市場調査をいかにして販促提案につなげていくかのプロセス、インターネットの活用、チャネル政策	パワーポイント
第 9 週 ： 心理学的マーケティングリサーチ 定量調査と定性調査、エスノグラフィー、訊くテクニックを理解する	パワーポイント
第 10 週 ： 市場調査とリニューアル 市場調査を商業施設のリニューアルに活かすには？競合分析、顧客分析、客数調査を理解する	パワーポイント
第 11 週 ： リニューアルの戦略策定 リニューアルコンセプト、事業趣味レーションを理解する	パワーポイント
第 12 週 ： マーケティング情報の種類と特徴 サンプリングを含め情報の種類と特徴を理解する	パワーポイント
第 13 週 ： マーケットリサーチ　まとめ　(1) マーケット分析の概要、マーケティング分析とは？	パワーポイント
第 14 週 ： マーケットリサーチ　まとめ　(2) マーケティング分析の手順	パワーポイント
第 15 週 ： マーケットリサーチ　まとめ　(3) 仮説検証	パワーポイント
第 16 週 ： 期末試験	

授業の運営方法	（1）授業の形式	「講義形式」
	（2）複数担当の場合の方式	
	（3）アクティブ・ラーニング	
地域志向科目		
備考	特になし。	

○単位を修得するために達成すべき到達目標	
【関心・意欲・態度】	マーケットリサーチの授業を通して、企業活動への関心を持ち、実際に自分が関わることへの意欲の醸成。
【知識・理解】	マーケティングの全体像とその中のマーケットリーサーチの関係への理解。具体的なマーケットリサーチの知識の習得。
【技能・表現・コミュニケーション】	レポートを通して、知りえたこと、理解したことを文字で分かりやすく簡潔に表現することを学ぶ。
【思考・判断・創造】	自分自身がリサーチャーとしてどのようにリサーチを設計し実行するか。思考する力を身に付ける。

○成績評価基準（合計100点）			合計欄	100点
到達目標の各観点と成績評価方法の関係および配点	**期末試験・中間確認等（テスト）**	**レポート・作品等（提出物）**	**発表・その他（無形成果）**	
【関心・意欲・態度】 ※「学修に取り組む姿勢・意欲」を含む。	**10点**	**10点**		
【知識・理解】 ※「専門能力〈知識の獲得〉」を含む。	**20点**	**10点**		
【技能・表現・ｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝ】 ※「専門能力〈知識の活用〉」「チームで働く力」「前に踏み出す力」を含む。	**10点**			
【思考・判断・創造】 ※「考え抜く力」を含む。	**30点**	**10点**		

（「人間力」について）

※以上の観点に、「こころの力」（自己の能力を最大限に発揮するとともに、「自分自身」「他者」「自然」「文化」等との望ましい関係を築き、人格の向上を目指す能力）と「職業能力」（職業観、読解力、論理的思考、表現能力など、産業界の一員となり地域・社会に貢献するために必要な能力）を加えた能力が「人間力」です。

○配点の明確でない成績評価方法における評価の実施方法と達成水準の目安

成績評価方法	評価の実施方法と達成水準の目安
レポート・作品等（提出物）	1回のミニテストと最後の総合テストの総合評価による。また、出席状況・受講態度も考慮する。
発表・その他（無形成果）	授業への参加　発言点を重視する