

授業 コード	11123	科目名	市場調査論		担当者		村本 育新			
		副題		開講期	前期集中	単位数	2	DP対応	S2,S3	
【授業概要】										
市場調査に必要なデータに親しむとともに、市場データの種類、採取・分析手法の概要と利用法について学ぶ。講義の前半はマーケティングの手段としての市場調査について、後半は市場調査で利用する記述統計の基本について学ぶ(多変量解析などの概要も解説するが、その詳細は「社会調査法」で扱われる)。										
【到達目標】										
目的を持った市場調査、需要予測の重要性について理解し、データの収集と管理、グラフやフレームワークを用いた分析手法を適切に選択できる。 市場調査に役立つ統計分析の手法を理解し説明できる。										
【授業方法・計画】										
授業は配付する資料、プロジェクター、板書をもとに講義形式で進めます。講義内容の確認のために適宜確認テストを行います。										
第1回	市場調査の歴史と目的									
第2回	マクロ経済データ(官庁統計)の収集と分析									
第3回	ミクロ経済データ(企業関連統計)の収集と分析(1)									
第4回	ミクロ経済データ(企業関連統計)の収集と分析(2)									
第5回	市場データの種類：一次データと二次データ、定量データと定性データ									
第6回	市場データの収集方法：コミュニケーション法と観察法									
第7回	市場データのまとめ方の基本(1)：度数分布表とヒストグラムの読み方と作成法									
第8回	市場データのまとめ方の基本(2)：クロス集計表の読み方と作成法									
第9回	市場データのまとめ方の基本(3)：平均・分散・標準偏差									
第10回	市場データのまとめ方の基本(4)：相関関係と因果関係									
第11回	多変量解析の考え方と活用事例(1)：回帰分析									
第12回	多変量解析の考え方と活用事例(2)：主成分分析と因子分析									
第13回	多変量解析の考え方と活用事例(3)：クラスター分析									
第14回	データマイニングとテキストマイニング									
【準備学習・復習】										
シラバスに書かれた用語の意味がわかるように事前に調べておいて下さい(80分)。 分析方法、用語の意味は講義後復習して下さい(120分)。										
【課題に対するフィードバックの方法】										
提出されたレポートまたは確認テストは返却しません。確認テストを実施した場合は回答の解説をして回収します。これらの提出をもって出席と見なします。										
【受講上のアドバイスおよび注意事項】										
市場調査の分析手法は使えれば便利なものです。この講義では全ての手法を暗記して自在に使うテクニックの修得を目標とはしません。目的に合わせた的確な手法を選択できるレベルを目指します。しかし、市場調査士を目指す場合はさらに精進することをお勧めします。授業内容、課題内容等で質問がある場合は、授業終了後に受け付けます。										
成績評価方法	出席点、小レポート、確認テスト:ビジネスフレームワークを用いた課題の分析、解決方法の策定、分析手法の選択と手順の理解									
教科書	テキストは使用しませんが、必要に応じて、プリントを配付し参考文献を紹介します。									
参考書	特にありません。									
SS2212	授業に関連する実務経験				企業において市場調査を担当					