

産業能率大学 情報マネジメント学部

マーケティングリサーチ	履修年次	3・4	
	単位	2	
三浦 智恵子	配当期	後	
	授業方法	演習 / 対面	
授業の内容			
<p>[授業の概要] この授業では、マーケティングリサーチを行う上で基本となる知識をまず学び、その知識を「リサーチプロジェクト」で活用・実践していく。マーケティングリサーチの必要性や手順、活用事例などについて講義を行いながら、並行して、企業の現場で行われているマーケティングリサーチのストーリーに沿った演習を行う。履修者一人ひとりがテーマ選定からスタートし、調査(統計データによる調査、アンケート調査、インタビュー)・分析・提案プレゼンテーションを実際に行い、その結果をふりかえることで学びを深めていく。報告に至るまでのタイムマネジメントも経験する。</p> <p>本授業で新しく学ぶ知識をしっかり身につけることは当然だが、これまで大学で履修した授業で身につけたマネジメントやマーケティングの知識、情報の扱い方、文書のまとめ方、プレゼンテーション、チーム活動の進め方といったスキルについてもフルに活用することを意識して、主体的な姿勢で授業に臨んでほしい。</p> <p>[担当教員の実務経験] 金融サービス会社にてSE業務、社内教育研修講師等、コンサルタントとして企業のマーケティング戦略立案サポート、社員育成、商店街の活性化事業等を経験。</p> <p>[実務経験に基づく項目] リサーチプロジェクトの編成・企画・実施準備、二次データ・調査票・インタビュー調査、リサーチ結果の報告</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングリサーチの役割やプロセス、主な調査方法について理解を深め、説明することができる。 ・マーケティングリサーチが実務的にどのように活用されているのかがわかる。 ・リサーチテーマに対して、適切な調査方法や分析方法を選択・実行し、その結果をわかりやすく提示することができる。 			
成績評価の方法			
週	授業項目	週	授業項目
1	ガイダンス マーケティングリサーチとは	8	中間報告
2	マーケティングリサーチの活用	9	インタビューによる調査法
3	マーケティングリサーチの手順	10	調査結果の分析・解釈
4	マーケティングリサーチの実施方法	11	リサーチ結果の整理報告書の書き方
5	統計データの見方・使い方	12	提案・報告のポイント 報告・提案準備
6	調査票による調査法	13	リサーチ結果の報告
7	リサーチ企画書の書き方	14	リサーチ結果の報告 ふりかえり・自己評価まとめの小テスト