

開講期間	配当年	単位数	科目必選区分
半期	2 年	2	選択
担当教員			
美藤 信也			
B（経営学科）	S（専門科目）	MK（マーケティング）	202（中級科目）

授業のねらい（概要）	本授業では、DPに記載のある、情報の収集、分析を行い、進んで課題解決に臨む姿勢を目指している。また、専門的分野の学びを、実務や社会で応用できる能力を養成します。詳細な内容として、本授業では、マーケティング調査の理論や概念から実務的展開までを学びます。特に、実際の企業及びビジネスの具体的な事例を活用し、日常的な事実と関連させてマーケティング調査を学習するため、マーケティング調査の理論と実務が習得できます。		
授業計画	第1回	ガイダンス（①本講義の進め方・評価の仕方、②マーケティング調査論で何を学ぶか。） 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第2回	マーケティング調査とは何か 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第3回	マーケティング調査論の変遷 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第4回	新製品開発とマーケティング調査 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第5回	販売及びサービスとマーケティング調査 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第6回	コミュニケーションとマーケティング調査 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第7回	リサーチの目的 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第8回	それぞれの調査タイプと選択 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第9回	データの収集方法① 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第10回	データの収集方法② 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第11回	質問用紙の作成とプロセス① 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第12回	質問用紙の作成とプロセス② 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第13回	データの解析① 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第14回	データの解析② 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
	第15回	まとめ 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）	
授業を通して身に付けることができる能力（DP）	①職業人的倫理観を持ち、組織で協働できる能力 ②情報の収集、分析を行い、進んで課題解決に臨む姿勢 ③経営学の専門的知識を持ち、組織全体を見渡す能力 ④経営資源を多面的に理解し、活用できる能力 【身に付くスキル】 情報活用能力・協働力		
到達目標	①マーケティング調査の基礎的用語や知識を学び、それらの具体的な内容を身に付けること。 ②マーケティング調査の実践的な知識を習得すること。		
課題や小テスト等のフィードバックの方法	小テストなどの全体的な注意点等は、授業内で解説する。		

履修上の注意	日本経済新聞を主とする新聞及びニュース等で取り扱われるマーケティング調査に関する記事をできる限り読み、現在のトピックスや現実の動きに注視すること。
成績評価の方法・基準	授業中に与えた課題への回答（30％）と期末テスト（70％）の合計点で評価する。
教科書	テキストは、使用しません。必要に応じて、プリント及び資料を配布します。
参考書・教材	
備考	講義科目
教員との連絡方法	メール（アドレスは、授業内で周知）