

科目名	経営シミュレーション Business Simulation						
科目担当者	日高 光宣 HIDAKA Mitsunori						
単位数	2	配当年次	2年	授業形態	講義	開講学期	後期
履修学部・学科 [区分]	経営学部・経営学科 [専門教育科目 専門科目]					ディプロマポリシーとの関連	(3)(4)
授業の概要	マーケティング戦略は一般的な言葉になっているため、なんとなく理解したようなかんじがします。そこで本講義では、マーケティング・リサーチの設計・実査の手法を学び、それを踏まえて、マーケティング戦略の策定方法を習得します。マーケティング戦略構築に関わるプロセスを一気通貫で学ぶことにより、ビジネス、戦略の本質に迫ります。データを解説および分析し、マーケティング戦略を策定およびプレゼンテーションをしてもらいます。これらの作業を通じて、実践的なビジネススキルを頭と体で覚えてもらいます。						
授業の到達目標	① 企業経営における情報収集・整理の重要性、マーケティング課題へのアプローチ方法について理解する。 ② マーケティングリサーチの調査手法、対象者抽出、データ収集など、データ作成技術を理解する。 ③ 仮説検証に用いるデータ解析の諸技法（マーケティングリサーチで得た結果の解析に必要なとなる知識）を理解する。						
授業計画・内容	1	オリエンテーション					
	2	マーケティングリサーチの基礎：データの種類					
	3	マーケティングリサーチの基礎：リサーチの技法					
	4	STP とマーケティングリサーチ：セグメンテーション					
	5	STP とマーケティングリサーチ：「ターゲットティング					
	6	STP とマーケティングリサーチ：ポジショニング					
	7	ケーススタディ：新たなターゲットティング手法事例					
	8	ケーススタディ：ポジショニングマップの作成法					
	9	相関分析					
	10	因子分析					
	11	回帰分析					
	12	グループワーク：質問票の作成					
	13	グループワーク：「データ分析					
	14	武グループワーク：マーケティング戦略立案					
	15	プレゼンテーション					
授業外学修 (事前学修)	毎回、予習課題が出されるので、指示に従い、オンライン提出をお願いいたします（毎週 2 時間程度）。 プレゼンテーションの作成のための準備を行なってもらいます（20 時間程度）						
授業外学修 (事後学修)	毎回、授業範囲を整理し、不明点は一定期間内で回答してもらってください（毎週 1 時間程度）。						
成績評価方法・ 評価比率・到達 目標との対応	成績評価方法					評価比率	到達目標との対応
	定期試験					70%	①②③
	授業中の小テスト 2回の課題の提出					10% 20%	② ②③
成績評価基準	秀：（評点 90 点以上）到達目標を極めて高い水準で達成している場合 優：（評点 80 点～89 点）到達目標を高い水準で達成している場合 良：（評点 70 点～79 点）到達目標を一定の水準で達成している場合 可：（評点 60 点～69 点）到達目標を最低限の水準で達成している場合 不可：（評点 60 点未満）到達目標に達していない場合						
教科書							
参考文献							
その他	毎回、プリントもしくはファイルを提示します。						