科目名	経営シミュレーション　　Business Simulation						
科目担当者	岩切 道雄　　IWAKIRI Michio						
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］ 他学部他学科履修	経営学部・経営学科［専門教育科目　専門科目］ 他学部他学科履修×					ディプロマポリシーとの関連	(3)(4)
授業の概要	本講義では、マーケティング・リサーチの設計・分析の手法を学び、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貫して学ぶことにより、ビジネス、戦略の本質に迫ります。データを解読および分析し、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身につけてもらいます。						
授業の到達目標	① 企業経営におけるマーケティングの標的市場の設定方法を理解する。 ② 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。 ③ 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。 ④ 相関分析、回帰分析の基礎と活用方法の知識を身につけ、データの分析について理解する。						

授業計画・内容		
	1	オリエンテーション
	2	標的市場の設定方法：無差別型、差別型、集中型
	3	標的市場の選定：ターゲットマーケティング
	4	標的市場の選定：市場細分化（セグメンテーション）
	5	標的市場の選定：標的市場（ターゲティング）
	6	標的市場の選定：ポジショニング
	7	ケーススタディ：ターゲティングの実践
	8	ケーススタディ：ポジショニングマップの作成法
	9	マーケティング・リサーチのプロセス：調査目的、1 次データの収集、2 次データ調査
	10	相関分析の基礎と活用方法
	11	回帰分析の基礎と活用方法
	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	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、授業の範囲を予習し、専門用語の意味等をあらかじめ調べておきましょう。（毎週 2 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 課題の提出	70% 30%	①②③④ ①②③

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。