

登録コード	UA121600	開講年度	2026			
授業題目	マーケティング特講				担当教員	石橋 敬介
					副担当	
単位数	2	講義期間	後期	曜日・時限	月曜・4時限	
				授業形態	講義	
信大コンピテンシー	非該当					
(1)授業の達成目標	授業で得られる「学位授与の方針」				【授業の達成目標】	
	2 6 UAカリ・総人社・経済学, 2 5 UAカリ・総人社・経済学, 2 4 UAカリ・総人社・経済学					
	【経済学】経済学分野の高度で先進的な知識と技能を有する。				経済学分野の高度で先進的な知識と技能として、マーケティングに関する分析手法を身につけ、学術的な分析や、企業での専門的なマーケティング活動を行えるようになる。	
	【経済学】専門知識に基づく論理的な思考の下に、地域・社会・経済について、必要な量的・質的データを採取する能力及び、採取したデータを用いた実証分析や社会調査を行う能力を有する。その分析能力を、地域・社会・経済の課題解決に多面的に展開できる応用力を有する。				マーケティングの専門知識に基づく論理的な思考の下に、分析能力をビジネスや公共サービスでの課題解決に多面的に展開できるようにする。	
(2)授業の概要	大学院レベルの専門的なマーケティングの学習と研究のためには、市場や消費者のデータを分析するマーケティング・アナリティクスの能力が求められる。本講義では、マーケティング・データの分析手法について演習を交えて学ぶことで、専門的な分析技術を身につける。 遠隔授業を実施する際は、Zoomを使用したリアルタイムオンライン授業とする。 ZoomミーティングのURLは、eALPSまたはメールにて事前に知らせる。					
(3)授業計画	第1回 ガイダンス 第2回 マーケティングにおける統計モデルの活用 第3回 Rによるデータ分析方法 第4回 一般化線形モデル 第5回 一般化線形モデル 第6回 一般化線形モデル 第7回 一般化線形モデル 第8回 ランダム化比較試験 第9回 差分の差分法 第10回 コンジョイント分析 第11回 因子分析 第12回 クラスタ分析 第13回 アソシエーション分析 第14回 講義のまとめ、授業アンケート レポート課題等の出題時期や提出期限等については初回又はeALPSにおいて適宜周知します。					
(4)成績評価の方法	3回の課題レポートで評価する。 課題は第7回、9回、12回目の講義後に出题する予定であり、提出期限はそれぞれ出題から1週間後である。					
(5)成績評価の基準	講義内容レベルのレポートができれば「水準にある（可）」，さらに応用レベルのレポートができれば「やや上にある（良）」，応用レベルのレポートが完全にできれば「かなり上にある（優）」，応用レベルのレポートに優れた考察が加えられれば「卓越している（秀）」。					
(6)事前事後学習の内容	毎回，講義資料を eALPS にアップするので、それをもとに予習復習を行うこと。また、授業中に提示する課題に取り組むこと。					
(7)履修上の注意	本講義は、マーケティングに関する発展的な内容を扱う。マーケティングを学んだことがない学生がいる場合は、参考書で自習することを求める。 多くの回でR・RStudioを用いた演習を行うため、ノートPCの持参は必須である。R・RStudioの使用方法については基礎から講義するため、事前の知識が無くても構わない。					
(8)質問,相談への対応	メールにて受け付ける。メールアドレスは初回の授業で公開する。					
【教科書】	指定しない					
【参考書】	ウィラワン ドニ ダハナ・勝又 壮太郎『Rによるマーケティング・データ分析:基礎から応用まで』、ISBN:978-4883843671、新世社、2,750円（税込）					