


 **シラバス参照**

タイトル「**2014年度シラバス**」、フォルダ「**大学院-経済学研究科**」

シラバスの詳細は以下となります。

[戻る](#)[参照URL](#)

科目名	マーケティング・リサーチ特殊研究Ⅱ				
担当教員	中村 陽人				
対象学年	1年,2年	クラス			
講義室					
開講学期	後期				
曜日・時限	時間外	単位区分	自由,選必		
授業形態	通常講義	単位数	2		
準備事項					
備考					
ナンバリング					
授業概要とねらい	<p>組織が効果的なマーケティング活動を行うためには、その環境を理解し、問題や機会を識別し、マーケティング行為の代替案を開発し、評価することが重要です。そのために必要となる、情報の特定、収集、そして分析・解釈という一連のプロセスこそがマーケティング・リサーチです。</p> <p>本講では、講義と実習をとおして実際にマーケティング・リサーチを実行できるようになることを目指します。</p>				
望ましい水準	修士論文（特定課題レポート）の研究課題、あるいは直面している実務的課題に合わせて実際にリサーチ・デザインを作ることができる。				
授業計画	回	内容			
	1	オリエンテーション、データの解釈			
	2	手法の分類、調査の目的とデザイン			
	3	面接法			
	4	観察法			
	5	実験法①			
	6	実験法②			
	7	質問紙法①（測定と尺度）			
	8	質問紙法②（構成概念と妥当性）			
	9	質問紙法③（調査票の作成）			
	10	質問紙法④（標本抽出）			
	11	質問紙法⑤（データ収集）			
	12	分析例①（比較、関連、因果）			
	13	分析例②（予測、効果測定、分類）			
	14	分析例③（テキストデータ）			
	15				
	16				
教材・教科書	適宜、紹介します。				
参考図書	適宜、紹介します。				
参考URL					
授業以外の学習	授業は講義形式で行います。毎回、講義の内容を基に修士論文（特定課題レポート）の該当部分を作成していくことが課題となります。この課題はすべて授業時間外に取り組むことになります。				
成績評価の方法	授業と課題への取り組みで評価します。				
成績評価の基準	基本的にすべての課題が提出期限までに提出されればグレードB以上になります。逆に複数の課題が未提				

	出の場合グレードFとなります。あとは、どれだけきちんと課題に取り組んだかで評価が決まります。
オフィスアワー	特に定めていませんので、事前にメールで連絡してください。
留意点・注意事項	『マーケティング・リサーチ特殊研究Ⅰ』と関連が深いので、併せて受講するようにしてください。
その他	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け1	ビジネス探究モデルのディプロマポリシー／経済学・経営学分野の基礎的知識と分析ツール（ビジネス探究モデルⅠ）
カリキュラムにおける当該科目の位置付け2	ビジネス探究モデルのディプロマポリシー／経済社会の問題発見・解決能力（ビジネス探究モデルⅡ）
カリキュラムにおける当該科目の位置付け3	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け4	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け5	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け6	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け7	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け8	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け9	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け10	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け他	

 戻る