

科目名	データモデリング			
開講学期	1年次春学期			
教員氏名（カナ）	渋瀬 雅彦（シブセ マサヒコ）			
単位数	2			
授業実施方法	対面授業			
教育の実務経験の有無	有	ノートPCの利用	毎回の授業で使用	
実務経験	マーケティングリサーチの実務遂行、テクノロジーを活用したリサーチサービス開発など			
キーワード	データサイエンス	アクティブラーニングの実施	有	
授業の目的と概要	本講義は、企業のマーケティング実務におけるデータ活用について理解を深めていくことを目的とする。具体的には、企業実務におけるデータ活用事例を紹介すると共に、サンプルデータを用いて実際に演習形式で分析方法を学んでいく。			
到達目標	1	企業実務におけるデータサイエンスの適用方法を適切に説明できる		
	A+	企業実務におけるデータサイエンスの適用方法を適切に説明できる		
	A	企業実務におけるデータサイエンスの適用方法をある程度説明できる		
	B	企業実務におけるデータサイエンスの適用方法の基本は説明できる		
	C	企業実務におけるデータサイエンスの適用方法を一部説明できる		
	F	企業実務におけるデータサイエンスの適用方法を適切に説明できない		
	2	テーマに応じて、適切な分析方法を選択できる		
	A+	テーマに応じて、適切な分析方法を選択できる		
	A	テーマに応じて、適切な分析方法をある程度選択できる		
	B	テーマに応じて、分析方法の基本は選択できる		
	C	テーマに応じて、分析方法の一部を選択できる		
	F	テーマに応じて、適切な分析方法を選択できない		
	3	収集したデータを、ツールを用いて適切に分析処理を行うことができる		
	A+	収集したデータを、ツールを用いて適切に分析処理を行うことができる		
	A	収集したデータを、ツールを用いて分析処理をある程度行うことができる		
	B	収集したデータを、ツールを用いて分析処理の基本は行うことができる		
	C	収集したデータを、ツールを用いて分析処理を一部行うことができる		
	F	収集したデータを、ツールを用いて適切に分析処理を行うことができない		
	4	分析結果から、適切なマーケティングアクションを提言できる		
	A+	分析結果から、適切なマーケティングアクションを提言できる		
	A	分析結果から、適切なマーケティングアクションをある程度提言できる		
	B	分析結果から、マーケティングアクションの基本は提言できる		
	C	分析結果から、マーケティングアクションを一部提言できる		
	F	分析結果から、適切なマーケティングアクションを提言できない		
	5			
	A+			
	A			
B				
C				
F				
履修上の注意	ExcelもしくはRを用いて演習を行う場合がある			
教科書・教材				
基本方針	必要に応じてプリントやオンライン資料を配布します			
必須/推奨	書籍名/資料名	出版社	出版年月	備考
必須	マーケティング・サイエンス入門 -- 市場対応の科学的マネジメント 新版	有斐閣アルマ	2006年11月	
推薦				
参考文献				

ディプロマポリシーに掲げる能力と授業の対応		
ディプロマポリシー（大分類）		対応
D1	社会・企業・組織が持つ経営上の課題、社会的課題を見出す能力	
D2	課題解決に役立つデータサイエンスに関する汎用的な知識とスキル	
D3	(1) の能力を起点に (2) を重ね合わせ、社会・企業・組織が持つ経営上の課題、社会的課題を具体的に解決し得る方策を導き出す能力・スキル	
D4	(3) で得られたソリューション（解決策）を社会等に訴求すべく具体的に働きかけるコミュニケーション力と行動力を備えたスキル	
D5	データ社会にあって (1) ～ (4) の一連のプロセスで発生し得る倫理上の課題を適切に認識する能力を備えたスキル	
成績評価方法		授業での課題・小テスト， 期末課題により総合的に評価する。 課題・小テスト70%， 期末課題30%
試験・レポート等に対するフィードバック		課題の振り返りを行い、間違いの多い箇所の改善ポイントを提示する
授業時間外の事前事後学修		
	内容	学習時間
事前学習	事前課題についての作業を行う	2 h
事後学修	事前課題を授業中の指示を反映して完成させる	2.5 h
授業計画		
1	マーケティングステップについて ～STP、4 Pなどの各ステップについて事例を確認しながら理解を深める～	
2	セグメンテーションとターゲティング① ～マーケティング事例を紹介して理解を深める～	
3	セグメンテーションとターゲティング② ～演習形式でデモデータを用いて分析手法の理解を深める～	
4	セグメンテーションとターゲティング③ ～発表～	
5	ポジショニング① ～コレスポネンズ分析などの方法をマーケティング事例を紹介して理解を深める～	
6	ポジショニング② ～演習形式でコレスポネンズ分析の理解を深める～	
7	ポジショニング③ ～分析結果について発表を行い、コレスポネンズ分析の理解を深める～	
8	マーケティングミックス（4 P）の概要を説明する	
9	商品開発① ～定性データを用いてインサイトの探索方法についての理解を深める～	
10	商品開発② ～デモデータを用いて需要予測の手法の理解を深める～	
11	広告戦略 ～デモデータを用いて、広告戦略設定の考え方を学ぶ～	
12	価格戦略 ～デモデータを用いて、価格弾力性の考え方を学ぶ～	
13	小売戦略 ～デモデータを用いて、小売業のマーチャンダイジングの考え方を学ぶ～	
14	総括 ～この講義の総括を行う～	
SDGsとの関連性		
8. 働きがいも経済成長も 9. 産業と技術革新の基礎をつくろう		