



シラバス関連 > シラバス参照 > シラバス検索 > シラバス一覧 > シラバス参照

Login User 中村 陽人

タイムアウトまでおよそ**3587**秒です。

印刷



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。



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となります。		
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	



Copyright (c) 2004-2011 NTT DATA KYUSHU CORPORATION. All Rights Reserved.