

科目名 (英文表記)	経済学・分析手法Ⅱ (ビジネス統計分析) (Economics and Analytical Methods Ⅱ)		
科目区分	基礎科目	単位数	2 単位
担当教員名	谷祐児 (非常勤講師)	ナンバリング	MBA_C_EA 5221
研究室番号	なし	研究室電話番号	なし
Eメール・アドレス	(谷) y_tani@asahikawa-med. ac. jp		
授業の内容及び方法： 次頁以降に記載			
授業の目的： 近年「ビッグデータ」や「データ・サイエンス」という用語がつかわれる機会がふえ、企業経営の現場においてもデータに基づく経営判断が重要になっている。この授業では、以下のような話題をとりあげ、実習を通してデータ分析の実際を経験することを目的とする。 1. 統計的な観方とデータの整理 (第1回) 2. 統計学の基礎概念 - サンプルングと標本変動 (第2回) 3. 市場反応分析 - 回帰モデル (第3回) 4. 市場の発見と知覚マップ - 因子分析と主成分分析 (第4回) 5. 市場セグメンテーション - クラスタ分析 (第5回) 6. 製品開発 - コンジョイント分析 (第6回) 7. 顧客管理 - ロジスティック回帰分析と離散選択モデル (第7回) 8. ブランドと属性の同時マップ - コレスポネンス分析 (第8回) 到達度目標： ビジネス現場で発生する問題に応じて適切な分析メニューを選び、教材を参照しつつ、自らデータを分析し、問題解決への提案ができること。			
使用教材： 以下の書籍をテキストとして使用する。 照井伸彦・佐藤忠彦『現代マーケティング・リサーチ 新版』(有斐閣、2022年) 補助教材が必要な場合は適宜MANABAで配布する。			
成績評価の方法： 1. 授業への参加度 (事前課題、準備状況、質問への回答など) 20% 2. 課題評価 (事後課題) 30% 3. 中間試験及び最終試験 50% 上記のウェイトで総合的に判断する。 評価に不服のある場合には、不服申立書を以て、教務委員長に申し出ること。			
履修上の注意事項： 1. 授業にPCは必須である。 2. 統計分析ソフト「R」をメインツールとして利用する。			