

## 授業改善書

科目名	マーケティング・リサーチ
担当者	古川 裕康

### 授業の概要

マーケティング・リサーチの入門科目として、その学術的意味・実務的意味を学ぶ。そのうえで、具体的なマーケティング・リサーチ手法について実際に手を動かしながら学習するものである。手法についても本講座では最も基本的なものに留め、それに係る分析方法も最も基礎的なものを選択した。

### 授業の問題点

履修者数が50名弱いたので、各自ひとりひとりにPCを操作してもらいながらマーケティング・リサーチを学習させる方法がとれなかった。その代わりに、学生自身のスマートフォンを用いて、ビッグデータを解析しながら、各種ブランドや企業について分析してもらう方法を採用した。

1回の講義で分析を完結させ、その後の解釈まで終了させるすることが困難であったので、このフェーズは2回(2週)に分けて実施した。しかし2週の内、1週を休む学生がいくらか存在していたため前週休んでしまった学生と、休まずに出席した学生との間にギャップが生じてしまった。

### 授業改善の課題・方策

できる限り1週で完結できるような分析規模設計に講義を再構成しようと考えている。そうすることで1つの分析に要する時間を1週のみで完結させることができる。

また教室内で分析結果の解釈を次の週にグループで実施させることも検討に値する。前週に休んでいた学生も、グループワークでの解釈であれば、無休の学生の結果を参考にしながら、共に解釈の作業が実施でき、スムーズに講義に合流できると思われる。

いづれにしても継続性の高い講義であるので、休んだ学生のキャッチアップ方法についても他に検討する必要があるだろう。

以上。

### その他

なし。