

マーケティング工学 FH32 031 / K72 1301	
第2学期火曜3・4時限2時限(2単位)	対象： 社会工学類3年生
担当教員： 近藤文代 3F1131 電話 853-5223 E-mail kondo@shako.sk.tsukuba.ac.jp Office hour オフィスアワー: 予約要	
教科書：「マーケティングの科学」阿部誠・近藤文代 朝倉書店 ISBN4-254-12783-9 「マーケティング・サイエンス入門」古川一郎・守口剛・阿部誠 有斐閣アルマ ISBN4-641-12197-4	
授業概要・教育目標：この授業はマーケティングモデルコースとして位置付ける。コンセプトに重きを置くコンセプトualマーケティングではなく、エクセルを使って意志決定モデルを組み立てるマーケティングエンジニアリングと呼ばれる方法を用いる。統計的手法を既に知っていることを前提とする。週二時間のうち、一時間はマーケティング概念に関する講義を行い、残りの一時間は数式モデルの講義およびエクセルや S-plus を使って実際にモデルを構築する。レポートは S-plus を使って POS データやスキャンパネルデータを使って実際に分析し、分析内容をレポートとして提出する。	
授業計画：	
第1週	マーケティング工学入門 / 戦略的市場分析の概要：概念的フレームワークおよび分析ツール
第2週	市場反応のクロスセクショナルな分析 I
第3週	市場反応のクロスセクショナルな分析 II (複数のマーケティング・ミックス要素：交互作用、ダイナミックな効果)
第4週	プロモーションに関する市場反応分析 (SCAN*PRO モデル)
第5週	マーケティング戦略の開発 I (セグメンテーション)
第6週	マーケティング戦略の開発 II (セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング)
第7週	市場需要のダイナミックな分析 I (時系列予測モデル、コーザル分析)
第8週	市場需要のダイナミックな分析 II
第9週	製品ライフサイクル、新製品普及モデル
第10週	(時間があれば) 製品ポートフォリオ戦略

成績評価：出席・複数回のレポート(70%)，最終試験(30%)。
備考：統計 I,II の単位を取得済み学生、S-plus および Excel が操作可能な学生。データ解析およびマーケティングの単位を取得済みの方が望ましい。