

マーケティング・リサーチ特論 ～ガイダンス～

2024年度1学期: 水曜3限
担当教員: 石垣 司

1

本授業の概要

マーケティング・リサーチのためのデータ活用法

1. 統計的モデリングの方法論
2. アンケート調査の分析～因子分析, 共分散構造分析
3. ブランド選択モデルと消費者異質性分析

本授業で習得してほしい考え方

- データ分析(Analysis)から活用(Analytics)へ
- データ分析手法の数理的内容・仕組みの理解
数理的に理解することで、分析結果を盲信・過信しない

受講の前提(600番台講義)

- 微積分, 線形代数(行列計算を多用), 数理統計の知識は必須
- 回帰分析, 回帰係数の検定の知識は前提

2

教科書・補助資料

教科書:無し(Web上で補助資料配布)

Google Classroomに講義スライドをアップロード

- 資料の誤記を見つけたら教えてください
- 私のHPにも講義スライドをアップロード

http://www2.econ.tohoku.ac.jp/~isgk/lec_material/mr_grad2024.html

Google Classroomコード:「[wdmgw3k](#)」

3

成績の付け方

成績の付け方: レポート100%

- 履修確認は必ず各自で行うように
- 正規の手続きによる追試験以外は、追試や代替レポートなどの代替措置を認めない
“泣きつき/お願いメール”は一切認めない

教員の連絡先

- e-mail: isgk “at mark” tohoku.ac.jp
- 履修登録などに関する質問などは随時受付
数式の説明などはメールでは対応できないので不可
最低限のマナーとして、氏名と学籍番号を記載してメールを送信。その記載のないメールには返信できない

4

講義の内容 (変更の可能性あり)

マーケティング・リサーチのための統計的モデリング

第2回: マーケティング・リサーチとは?

第3回: 統計的モデリング1 統計的モデリングとは?

第4回: 統計的モデリング2 パラメータの推定原理

第11回: ベイズ統計学の原理, 第12回: マルコフ連鎖モンテカルロ法

共分散構造分析とマーケティング ブランド選択モデルと消費者異質性分析

第5回: 因子分析

第6回: アンケート調査の方法

第7回: 共分散構造分析1

第8回: 共分散構造分析2

第09回: ブランド選択モデル

第10回: 潜在クラスモデル

第13回: 階層ベイズモデル1

第14回: 階層ベイズモデル2

第15回: まとめ

5

プログラミングについて

Python や R を用いたプログラミングを推奨

- 基本的な使い方は各自で習得すること
- ダウンロードとインストールは各自で行うこと
- 参考書は多数。Web情報のみで十分な情報は得られる

習うより慣れる

- 講義を聞いてもプログラミングは上達しない
- 生成AI(ChatGPTなど)を活用しよう
- 実際に試行錯誤する過程で上達する

データセット

- 講義内では主に以下を参照する

C. Chapman, E. Feit "R for Marketing Research and Analytics" Springer (2015)

G. James, et al. "An Introduction to Statistical Learning" Springer (2013)

守口、岡太「マーケティングのデータ分析」朝倉書店(2010)

6

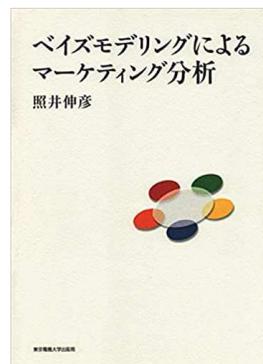
参考書

「マーケティングの統計モデル」

- 佐藤忠彦, 朝倉書店 (2015)

「ベイズモデリングによるマーケティング分析」

- 照井伸彦, 東京電機大学出版局 (2008)



7