

バイオビジネス経営学特論演習Ⅱ (2単位)

担当者氏名 平尾正之

◆学習・教育目標

大学院における農産物流通・マーケティング関連の論文作成に必要な、基本的な消費者調査の手法等を習得するとともに、実際の調査課題への取り組みを通じて、農産物流通・マーケティング研究を行う基礎的な能力を養成する。

◆取り扱う領域 (キーワードで記載)

マーケティング・リサーチ 市場調査 消費者行動 農産物・食品消費

◆授業の進行等について

	テーマ	内 容	授業のねらいまたは準備しておく事項
1	フィールドワーク	調査員の選定、研修、監督	事前に内容を予習して、演習に参加する。
2	データの調整作成	データのチェック、解析戦略	
3	度数分布、仮説検定	分布と統計的検定法の演習	
4	分散・共分散分析	分散分析とその他手法の演習	
5	相関・回帰分析	各種回帰分析の演習	
6	判別分析・因子分析	判別分析とその演習	
7	クラスター分析	クラスター分析の演習	
8	多次元尺度法・コンジョイント分析	多次元尺度法とコンジョイント分析の演習	
9	報告とプレゼンテーション	報告書の作成とプレゼンテーション	
10	国際マーケティング・リサーチ	国際マーケティングリサーチの調査手法	

◆教科書及び資料 (授業前に読んでおくべき本・資料)

書名／著者／発行所 (発行年)

マーケティング・リサーチの理論と実践－技術編 (Marketing Research : An Applied Orientation (4th ed.)) / ナレシュ・K・マルホトラ / 同友館 (2007)

◆授業をより良く理解するために便利な参考書・資料等

書名／著者／発行所 (発行年)

調査課題に応じて参考書・資料等を提示する。

◆評価の方法 (レポート・小テスト・試験・課題等のウェイト)

課題調査の内容で評価する。

◆その他受講上の注意事項