科目名	デジタルマーケティング応用	科目分類	■専門科目群 □総合科目群	
			経済 学科	□必修 ■選択
英文表記	Applied Digital Marketing	開講年次	□1年 ■2年 □3年 □4年	
			開講期間	□前期 ■後期 □通年 □集中
ふりがな	もりもと あつし	実務家教員担当科目	修得単位	2単位
担当者名	森本 敦志	実施方法	■対面のみ □遠隔のみ □対面・遠隔併用	
授業のテーマ	POS データの分析を通じて、現代のマーケティング戦略におけるデータ活用の実践的なスキルを習得することです。顧客行動や商品の分析、価格設定や店舗分析など、多岐にわたる分析手法を学び、マーケティングの意思決定に必要な基礎力を養います。デジタル時代に対応した戦略策定能力を培い、ビジネス現場での実践に役立てることがテーマです。			
到達目標	POS データを分析し、顧客や商品、店舗の分析を通じて、データに基づいたマーケティング戦略の策定と実践的な問題解決能力を習得することです。			
授業概要	Python を活用して POS データを分析し、顧客行動、商品、店舗のデータを体系的に理解しながら、マーケティング戦略の策定に必要なスキルを習得します。RFM 分析や相関ルール分析、価格設定の分析など、実践的な手法を通じて、デジタルマーケティングにおけるデータ活用の重要性を学び、データに基づく意思決定能力を養うことを目指します。 ※講義内容の理解度や受講状況に合わせて、授業計画を変更する場合があります。			
授業計画				
第1回	本講義のオリエンテーション			
第2回	Python 環境のセットアップ(1)			
第3回	Python 環境のセットアップ(2)			
第4回	マーケティング分析のためのデータ			
第5回	集計と可視化			
第6回	顧客の分析-RFM 分析			
第7回	顧客の分析-消費者の購買行動分析			
第8回	顧客の分析-消費者の特徴分析			
第9回	商品の分析-2部グラフを用いた商品分析			
第10回	商品の分析-相関ルール分析			
第11回	商品の分析-価格設定に関する分析			
第12回	商品の分析			
第13回	店舗の分析			
第14回	店舗の分析			
第15回	総括			
第16回	定期試験			
授業時間外の学習	<ul style="list-style-type: none"> ・前回の復習(1時間程度)をしてから、次回の授業に備えてください。 ・授業前に教科書の該当箇所に必ず目を通してください。分からない用語は、聞き逃さないようにノートにまとめておいてください。(1時間程度) 			
履修条件 受講のルール	データサイエンス入門、データサイエンス応用の単位を修得している事が望ましい。 ※ただし、必須条件ではありません。適宜資料を配布します。			
テキスト	Python によるビジネスデータサイエンス マーケティングデータ分析・中原孝信編・朝倉書店			
参考文献・資料				

成績評価の方法	<p>【期末試験（50%）、プレゼンテーション(50%)】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出席確認時に不在だった場合は原則としてその回は欠席とします。 ・授業中に無許可で退出した場合は欠席とします。 ・レポート課題は授業内又は掲示板（ポータルサイト含む）で指示します。 <p>※出席回数が規定に満たない場合及び授業料その他納入金等の全額を納めていない場合は、試験を受けることができません。</p>
オフィスアワー	金曜日 14:30～16:10
成績評価基準	秀(100～90点)、優(89～80点)、良(79～70点)、可(69～60点)、不可(59点以下)
実務経験及び実務を活かした授業内容	
学生へのメッセージ	<p>この講義では、Python を用いたデータ分析を通じて、現代のデジタルマーケティングの実践的なスキルを学びます。POS データを活用し、顧客行動や商品分析、店舗戦略を深く理解することで、データに基づいた意思決定能力を身につけることができます。将来、マーケティングの分野で活躍したい方やデータ分析に興味がある方にとって、貴重な学びの場となるはずです。一緒にチャレンジし、成長していきましょう。</p>