

科目名	デジタルマーケティング入門	科目分類	■専門科目群 □総合科目群		
			経済学部	□必修 ■選択	
			学部	□必修 □選択	
英文表記	Introductory 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	この授業のテーマは、POSデータを用いたデジタルマーケティングの基礎的な理解と実践です。Pythonを活用して販売データを分析し、売上や購買傾向を予測するスキルを習得します。データに基づく意思決定の重要性を理解し、実際のビジネス環境におけるマーケティング戦略を考察します。デジタル技術を用いた現代のマーケティングの仕組みを学び、データ活用による実践的な問題解決能力を養うことがテーマです。				
到達目標	この授業の到達目標は、POS データを活用し、Python によるデータ分析を通じて、デジタルマーケティング戦略の基礎を学び、データに基づいた意思決定と問題解決能力を身に付けることです				
授業概要	POS（販売時点情報管理）データを用いて、マーケティング戦略の基礎を学びます。Python を使い、売上や顧客行動のデータを分析し、売上予測や購買傾向を探る実践的なスキルを身に付けます。授業では、リアルなビジネス環境でのデータ分析の重要性を理解し、データに基づいた意思決定の方法を習得します。デジタルマーケティングの基礎理論から実践までを総合的にカバーする内容です。 ※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・Python の環境構築				
第2回	POS システムのデータについて				
第3回	データの集計と可視化				
第4回	回帰分析 1				
第5回	回帰分析 2				
第6回	デシル分析・RFM 分析				
第7回	バイクラスタリング				
第8回	相関ルール分析				
第9回	価格弾力性				
第10回	ネットワーク図				
第11回	クラスタリング・主成分分析				
第12回	グループワークによる POS データ分析 1				
第13回	グループワークによる POS データ分析 2				
第14回	グループワークによる POS データ分析 3				
第15回	分析結果の報告・講評・総括				
第16回	期末試験				
授業時間外の学習	・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。講義及び課題で基礎知識を補いながら進める予定です。テキストは必ず購入してください。適宜資料を配布します。				
テキスト	中原孝信編 (2021)『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』朝倉書				

	店
参考文献・資料	
成績評価の方法	【期末試験（40%）、プレゼンテーション(60%)】 ・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。 ※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。
オフィスアワー	金曜日 9:00～10:30
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	この授業では、デジタル時代に必要なマーケティングの基礎をデータ分析を通じて学びます。Pythonを使って実際のPOSデータを分析し、データに基づく意思決定の力を磨くことで、今後のキャリアに役立つ実践的なスキルを身につけることができます。デジタルマーケティングに興味がある方やデータ活用に挑戦したい方にとって、貴重な学びの機会となるはずです。一緒に学び、成長しましょう。