

2022年度 日本工学院八王子専門学校											
A I システム科											
マーケティング											
対象	2年次	開講期	前期	区分	必	種別	講義	時間数	30	単位	2
担当教員	高地昭彦			実務 経験	有	職種	エンジニア				
授業概要											
市場調査における効果的な情報収集の手段や収集した情報の分析手法を身に付ける。											
到達目標											
マーケティングとは何か及び、重要性を理解できる。基礎的な分析手法について理解できる。											
授業方法											
マーケティングとは何なのか、その全体像と構成要素について講義形式で学ぶ。数値化可能なものと不可能なものを正しく認識し、適切な問題解決手法を見定められるように学習する。授業内容の理解度を確認するため、課題とテストを授業時間内に実施するものとする。											
成績評価方法											
各授業後に出される課題と、テスト、提出物を総合的に評価する。授業参加度、授業態度も評価に含まれる。											
履修上の注意											
授業中の私語や受講態度などには厳しく対応する。理由のない遅刻や欠席は認めない。授業に出席するだけでなく、社会への移行を前提とした受講マナーで授業に参加することを求める。ただし、授業時数の4分の3以上出席しない者は評価の対象外となる。											
教科書教材											
配布資料											
回数	授業計画										
第1回	授業概要・目標の理解										
第2回	企業活動におけるマーケティングとは何かを知る										
第3回	マーケティングとは、認知の争いである										

2022年度 日本工学院八王子専門学校

A I システム科

マーケティング

第4回	マーケティング22の法則
第5回	キャズム理論
第6回	本論まとめ総復習
第7回	到達度確認 1
第8回	マーケティングのための6つの機械学習モデル 1
第9回	マーケティングのための6つの機械学習モデル 2
第10回	教師なし学習から：分類
第11回	教師あり学習から：主成分分析と時限圧縮
第12回	Pythonまとめ総復習
第13回	到達度確認 2
第14回	到達度の講評
第15回	まとめ