

わかりやすいマーケティング・リサーチ

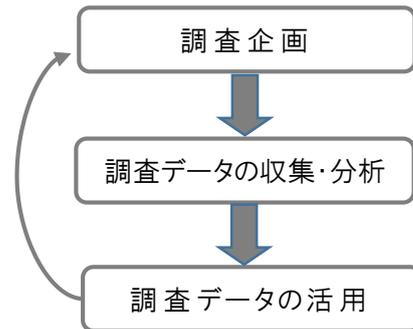
～調査票の設計から、データ分析、応用事例まで～

消費者のニーズを知り、その情報をマーケティング戦略に反映させたい。顧客満足度や社員のモチベーションを把握し、業務改善のヒントにしたい。と思うものの、いざアンケートを作るとなると、いったいどう設計すればよいのか分からない。やっと作ってはみたものの、データをどう分析すればよいのか分からない。こんな経験は誰にでもあるのではないのでしょうか。

この講座では、アンケート調査に関する実務上の問題点を解決したい方、マーケティング活動に携わっている方、アンケート調査について聞きたいけれど、今さらなかなか聞けないと悩んでいる方などを対象に、調査票設計とデータ分析の基礎から、現場での活用法までを学び、より実践的なリサーチ力の向上を目指します。

講義スケジュール

- ①調査企画・分析編 アンケート調査の準備のポイント、データの分析方法 (玉利)
- ②データ活用編 リサーチデータの活用方法 -データをマーケティングに生かす- (岩崎)



開催概要

日程 令和元年 10月5日(土) 13:00-17:30
会場 B-nest(ビネスト)静岡市産学交流センター 演習室3 (住所:静岡市葵区御幸町3-21)
受講料 5,880円
定員 20名程度

講師

岩崎 邦彦

(いわさき くにひこ)

静岡県立大学
経営情報学部教授

【主要研究テーマ】

地域に関連するマーケティング問題の研究



講師

玉利 祐樹

(たまり ゆうき)

静岡県立大学
経営情報学部講師

【主要研究テーマ】

意思決定モデルによる消費者行動の分析



対象・おすすめの方

- ・マーケティングリサーチや市場調査の基礎を知りたい方
- ・自社で集めたアンケートデータを実践に活用したい方
- ・マーケティングや消費者行動に関心がある方 など

お問合せ・お申込み

地域経営研究センターまで。受講には事前にお申込みが必要です。
Webサイト上のフォームよりお申込みいただけます。本紙裏の受講申込書もご利用可能です。

静岡県立大学地域経営研究センター 〒422-8526 静岡市駿河区谷田52-1
TEL:054-264-5400 FAX:054-264-5402 / E-mail: crms@u-shizuoka-ken.ac.jp
<https://crms.u-shizuoka-ken.ac.jp/>



申込締切日

令和元年9月24日(火)

※講座申込は定員になり次第締め切らせていただきます。定員に余裕がある場合は締切日を延長することがありますのでお問い合わせください。

私は、「静岡県立大学大学院社会人学習講座」で開講される次の科目の受講を申し込みます。

1. 受講申込科目

会場	科目名	申込締切
B-nest(ビネスト) 静岡市産学交流センター	わかりやすいマーケティング・リサーチ	令和元年9月24日(火)

2. 申込受講者情報

以下項目にご記入・ご入力いただき、下記受付へメール・FAX・郵便などで送付してください。メール・FAXにて返信いたします。申込後1週間たっても返信がない場合は、お手数ですが地域経営研究センターまでお問合せください。

(ふりがな) 氏名	()	性別	男性 <input type="checkbox"/> 女性 <input type="checkbox"/>	年齢	歳
資料 送付先 住所	〒 ー (自宅・勤務先・その他)				
TEL					
FAX					
携帯電話					
E-mail アドレス	@				
連絡先指定	連絡は通常電子メールで行います。ご希望の連絡方法がある場合は以下に○をつけてください。 TEL・FAX・携帯電話・その他 ()				
所属					

3. 受講申し込み理由、講座へのご希望等あればご自由にご記入ください。講座の参考にさせていただきます。

--

記入日: 令和 年 月 日

< 問合せ・申込書受付 >

静岡県立大学 地域経営研究センター

住所: 〒422-8526 静岡市駿河区谷田 52-1

TEL: 054-264-5400 FAX: 054-264-5402 / E-mail: crms@u-shizuoka-ken.ac.jp

ホームページ URL: <https://crms.u-shizuoka-ken.ac.jp/>

※ご記入いただいた情報は、静岡県立大学地域経営研究センターにて正確に管理し、本講座もしくは地域経営研究センター事業に関する目的以外の利用はいたしません。また、申込者の同意がある場合及び行政機関などから法令等に基づく要請があった場合を除き、第三者への提供又は開示をいたしません。