

ビッグデータを用いたマーケティング戦略講座

講座概要

リーマンショック,そして大震災を経て経済が停滞し激しく変遷する環境下で,人々の意識や価値観,くらしにも,新しい様相が生まれてきました。

生活者の意識構造が複雑化し,商品やサービスの多様性が求められる中で,技術革新が進み AI やビッグデータの活用技術が急激に進化を遂げ,データ利活用によるマーケティングに一層期待が高まっています。

本講座では,データ利活用のトレンドを見据えながら,株式会社三菱総合研究所が提供する,生活者市場予測システム※(Market Intelligence & Forecast 通称 mif)を利用し,生活者変化の潮流とビジネスチャンスを探るためのマーケティング手法について学習します。地方自治体及び産業界において,マーケティングの業務に携わっている方向けの内容となりますが,ご興味のある方ならどなたでも受講できます。講師はエム・アール・アイ リサーチアソシエイツ株式会社の担当者に務めていただきます。

実施責任者:食健康科学教育研究センター長 粕谷 健一

□ 講義日程

日 程		講 義 内 容	講 師	
第 1 日	12 月 14 日 (金)	12:40 ~ 14:10	<p>【マーケティング分野におけるデータ分析のトレンド】 本講座ではマーケティングデータ分析について,統計からビッグデータや AI など,直近の利活用のトレンドや変遷について学習します。</p> <p>ビッグデータ/AIと技術進化/グローバル化(高付加価値化)/地域データ/コーホート</p>	<p>理工学府(食健康科学教育研究センター) 教授 大嶋 孝之</p> <p>エム・アール・アイ リサーチアソシエイツ株式会社/三菱総合研究所首席研究部長 佐野紳也</p> <p>※大嶋講師がテーマごとに導入レクチャー(25分程度)をし,その後,佐野講師が専門的見地から講義いたします。また,講義のまとめ(5分程度)を大嶋講師が行います。</p>
	14:20 ~ 15:50	<p>【生活者市場予測システム/アンケートデータベースを利用した生活者分析法】 本講座では三菱総合研究所が提供する生活者市場予測システム(mif)の3万件2000問からなるアンケートデータを利用して,複雑化する生活者の意識構造を,理解・捕捉するためのデータ分析について学習します。</p> <p>クロス分析/クラスタ分析/潜在市場分析/CS・NPS分析/Twitter データ分析 /商品コンセプト開発事例×PSM分析</p>	<p>理工学府(食健康科学教育研究センター) 教授 大嶋 孝之</p> <p>エム・アール・アイ リサーチアソシエイツ株式会社/mif 事業チーム チームリーダー 橋本友範</p> <p>※大嶋講師がテーマごとに導入レクチャー(25分程度)をし,その後,橋本講師が専門的見地から講義いたします。講義のまとめ(5分程度)を大嶋講師が行います。</p>	

		<p>16 : 00 ~ 17 : 30</p>	<p>【生活者市場予測システム/MROC(Market Research Online Community)発言データを活用した分析事例】 本講座では三菱総合研究所が提供する生活者市場予測システム(mif)の100万件からなるマーケティング・リサーチ・オンラインコミュニティデータを利用して、定性データの分析によるインサイト抽出について講義をします。</p> <p>商品コンセプト開発事例/ ペルソナ事例/カスタマージャーニーマップ事例/海外事例(ナビスコ)/ワークショップ事例/共創マーケティング/グローバル事例</p>	<p>理工学府(食健康科学教育研究センター) 教授 大嶋 孝之</p> <p>エム・アール・アイ リサーチアソシエイツ株式会社/mif 事業チーム 松下 淳子</p> <p>※大嶋講師がテーマごとに導入レクチャー(25分程度)をし、その後、松下講師が専門的見地から講義いたします。講義のまとめ(5分程度)を大嶋講師が行います。</p>
--	--	----------------------------------	---	--