

〔科目名〕 経営演習Ⅱ	〔単位数〕 4単位	〔科目区分〕 演習科目				
〔担当者〕 行本 雅		〔授業の方法〕 演習				
〔演習テーマ〕 ビジネス・エコノミクス入門 春学期:データ分析入門 秋学期:マーケット・デザイン入門						
〔演習内容〕 春学期: ビジネスや政策立案においては、たとえば広告が売上の増加につながっているかといった、ある施策を行うことで目的に効果があるかが問題となります。これを検証するには、ランダム化比較試験やパネル・データ分析といった手法が用いられます。これらの分析手法について学びます。 秋学期: マーケティングの中心的な課題の一つは、社会に価値をもたらすような取引がうまく実現するようにすることです。しかし、現実の世界ではさまざまな理由から取引が行われなかったり、社会的に望ましくない結果がもたらされたりすることがあります。このために、企業や政府は円滑な取引を実現するためのビジネスモデルの構築や制度設計に取り組んでいます。こうしたマーケット・デザインについて現実の事例を通じて学びます。						
〔科目の到達目標〕 春学期: 因果関係を分析するための考え方を理解することと、基本的な回帰分析を適切に扱えるようになることが目標となります。 秋学期: 円滑な取引を実現するためのマーケット・デザインについて、現実の事例を通して理解することが目標となります。						
〔ディプロマ・ポリシー(DP)との関係〕						
学部				学科		
DP1 ○	DP2	DP3 ○	DP4	DP1 ○	DP2	DP3
〔前提条件〕 Rの使用経験があることが望ましい。 担当教員の経営演習Ⅰを履修していない場合は、市場調査論・マーケティング論Ⅱのいずれかを履修していることが望ましい。						
〔学修の課題、評価の方法〕(テスト、レポート等) 授業中のプレゼンで評価します。						
〔教科書等〕 春学期:伊藤公一朗(2017)「データ分析の力 因果関係に迫る思考法」, 光文社新書。 Kosuke Imai(2017) <i>Quantitative Social Science</i> , Princeton University Press. (「社会科学のためのデータ分析入門(上)」, 岩波書店, 2018) 秋学期:John McMillan(2003) <i>Reinventing the Bazaar</i> , Norton. (「新版 市場を創る バザールからネット取引まで」, 慶應義塾大学出版会, 2021)						

〔実務経歴〕

なし

授業スケジュール

時期	テーマと内容
春学期	テーマ:データ分析入門 内容:毎週テキストを何人かで分担して発表してもらいます。 最初に伊藤(2017)を毎週二章ずつ発表してもらいます。その後 Imai(2017)の各章を三回程度に分けて発表してもらいます。
秋学期	テーマ:マーケット・デザイン入門 内容:毎週テキストの一つの章を何人かで分担して発表してもらいます。