

2・3日間

リサーチおよびビジネスパーソンとして必須の各種調査データの集計、分析スキルを習得し、数値の背景にある本質を読み取れる人材を育成する

詳細は
セミナーID

JMA100255

検索

35

図と表で理解する 統計・多変量解析法基礎セミナー

対象

・各企業のマーケティング部門、調査部門、商品企画部門、広告・宣伝部門などのスタッフで、これから統計・多変量解析の理解を深めたい方々

ねらい・特徴

- ◆ 実務でよく使う代表的な分析手法を学び、マーケティング戦略立案や顧客理解の促進に活用いただくことを目指します。
- ◆ 単純化して分かりやすく手法の特徴を解説していきます。また、アウトプットの読み方を理解することにより、より実践的スキルを身につけます。

会期・開催地

会場(東京) 2024年 2月 7日(水)～ 9日(金)
2024年10月 8日(火)～10日(木)
2025年 2月 4日(火)～ 6日(木)

講師 (敬称略)

中山 厚穂 東京都立大学 経済経営学部 准教授
大竹 延幸 (株)マーケティング・サービス 代表取締役社長
前川 法夫 楽天インサイト(株) リサーチ統括部 マーケティングリサーチャー

参加料 (税込)

日本能率協会法人会員 3日間参加：155,100円／1名
2日間参加：108,900円／1名 ※基礎知識編のみ
会員外 3日間参加：178,200円／1名
2日間参加：121,000円／1名 ※基礎知識編のみ
(注)テキスト(資料)費が含まれております。

受講者の声

- ・検定は実務で使用しているが、知らないこともあったので、参考になった。
- ・参考書にのっていないような話が聞けてよかった。
- ・統計とは何か、という基本から理解ができた。
- ・実例による説明がわかりやすく理解が深まった。
- ・演習を交えながら要点を絞った説明がわかりやすい。
- ・需要予測や品質管理に必須の統計・解析スキルが向上したと思う。

プログラム

(昼食12:00～13:00)

時間	1日目	2日目	3日目
10:00	基礎知識編		実践編
	<p>リサーチ・データの集計と統計解析(1.変量、2.変量データ)の基本、多変量解析の基礎</p> <p>1. リサーチ・データとは</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リサーチ・データの種類と特性 ・データ構造 <p>2. 統計解析と尺度分類</p> <ul style="list-style-type: none"> ・尺度分類 ・回答形式と尺度分類 <p>3. 分布を知る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・視覚化(グラフ化) ・数値化(代表値と分散) <p>4. クロス集計表の読み取り</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クロス集計表の見方(原因と結果) ・構成比の機能 ・3種類の構成比の計算方法とその読み方 ・ファインディング <p>5. 検定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・検定とは(考え方と用語) ・検定の実際(X²検定を例に、実際の考え方と流れを解説) <p>6. 2変量間の関係(相関係数:関連と予測の視点から)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関連の指標としての相関係数 ・予測の指標としての相関係数 	<p>多変量解析法の基本</p> <p>1. 多変量解析の基礎</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多変量解析の分類 ・多変量解析の有効性と限界 ・類似度と非類似度(相関係数と距離) <p>2. 予測・要因を分析する</p> <p>【結果に影響を与えている要因は何かを探る手取り上げる手法:重回帰分析数量化1類】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・重回帰分析の基本モデル(考え方) ・チェックポイントとアウトプットの見方 ・ダミー変数による分析 ・事例による結果の解釈 <p>3. 構造を分析する</p> <p>【変数の相互関連性や共通する要素を抽出する手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主成分分析・コレスポンデンス分析(数量化Ⅲ類) ・主成分分析・コレスポンデンス分析の基本モデル(考え方) ・チェックポイントとアウトプットの見方 <p>4. 分類する(似たものを集める手法)</p> <p>【人・ブランド、調査アイテムを分類する手法】</p> <p>取り上げる手法:クラスター分析、MDS</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クラスター分析・MDSの基本モデル(考え方) ・事例による結果の解釈 <p>5. まとめ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2日間で学んだことの整理 ・マーケティングへの適用 	<p>R(R Studio)とExcelによる多変量解析の実際</p> <p>1. R(R Studio)とExcel(分析ツール)のインストールと使い方</p> <p>2. 基本統計量とグラフ化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基本統計量の算出 ・1変量グラフ化(ヒストグラム、箱ひげ図) <p>3. 変量間の関係を分析する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・相関係数算出と相関係数行列のグラフ化 ・単純集計・クロス集計とグラフ化 <p>4. R(R Studio)とExcel(分析ツール)で予測・要因分析手法を理解する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・重回帰分析 ・ダミー変数による重回帰分析 <p>5. R(R Studio)で構造分析手法を理解する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主成分分析 ・コレスポンデンス分析 <p>6. R(R Studio)で分類手法を理解する(似たものを集める手法)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・階層的クラスター分析 <p>7. マーケティング課題と多変量解析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング課題への応用例(コンジョイント分析、セグメンテーション・スタディなど) ・まとめ
17:00			

※各事業終了時の消費税率を適用させていただきます。会期、内容など一部変更の可能性もありますので、ご了承ください。※最新の情報はJMAマネジメントスクールHPにてご確認ください。