

| | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|
| 教員名 | 佐藤敏久 | 所属学科 | 経営学科 |
| <p>【ゼミでは何を学ぶのか】</p> <p>ゼミで学ぶことは、次の2つです。ひとつは、「世の中の、さまざまな考え方やアプローチを知ること」、もうひとつは、「問題を顕在化し、理解し、解消する試みをする事」です。ゼミでは、この2つに対して、マーケティングやさらに、消費者行動論、マーケティング・コミュニケーション、マーケティング・リサーチの考え方を中心に学び、「売れる仕組み」や「売れ続ける仕組み」をどう作り上げるのかという課題にアプローチします。ゼミ活動の間に、多くの考え方に触れ、現実の企業や組織がどう考えているのか、さらには、課題におけるもっと本質的な問題、例えば、「なぜ売れる仕組みが必要か」や「同じような商品が沢山あるのに売れるものと売れないものがあるのはなぜか」などといった問題について、学び取ることを目標にしています。</p> | | | |
| <p>【どのように学ぶのか】</p> <p>世の中には、同じ現象に対しても、拠って立つ考え方によって、いろいろな見え方をすることが沢山あります。また、「考える」ということについても、いろいろなアプローチがあります。この「考える」という行為の方法、「考え方」という理解の方法の両方を若いときに身につけておき、バウムクーヘンを作るときのように、どんどん書き書きして、更新し、保存していく必要があります。</p> <p>好きな分野の書籍や好きな分野の活動ならば、自ら進んで行うことができるでしょう。しかし、それだけに限定しては偏った知識しか蓄積しません。学問という山への登り方はひとつだけではありません。いろいろな登り方があるのです。そのため、上り方をひとつしか知らないのでは困ります。登り方の裏づけになっている知識や知恵を身につけましょう。教養としての知識や行動規範の上に、専門としての偏った知識があるのならかまいませんが、さまざまな知識が蓄積されていないと、偏っているかどうかもわかりません。また、「なぜ？」が思い浮かぶようになりません。さまざまな考え方が許容でき、身についたならば、現実を、あるいは、抱えている問題を、その考え方でみてみるのです。</p> | | | |
| <p>【学んだことはどのように生かせるのか】</p> <p>マーケティングを行う様な職に就くには、経済学、心理学、経営学、歴史学、会計学、社会学、社会調査の方法などがある程度理解していないといけません。また、マーケティングを学ぶこと、特に消費者（買い手）の立場からみたマーケティングを学ぶことによって、利益追求や売り上げ重視だけでは、売れる仕組みは作れず、「お客様はどうしたら満足してくれるのだろうか」という方向からアプローチし、結果として、売り上げや利益が上がるということにつながるので、このことは、将来どんな分野に進むにしても役に立つでしょう。</p> | | | |
| <p>【おすすめの入門書・基本テキスト】</p> <p>残念ながら、高校生向けのお勧めの入門書やテキストはありません。</p> <p>齋藤孝『段取り力』筑摩書房 を挙げておきます。</p> | | | |
| <p>【まだ見ぬ君へのメッセージ】</p> <p>学生時代に、人生のお手本になるような人や、感化される本との出会いがあることを祈っています。</p> | | | |