

教員名	三富 悠紀	所属学科	経営学科
<p>【ゼミでは何を学ぶのか】</p> <p>消費者は商品を買うときにどんな行動をしているのか、消費者の行動に影響を与える要因は何かを、アンケートデータや、Webのアクセスログ、レジのPOSデータを分析から学んでいきます。</p>			
<p>【どのように学ぶのか】</p> <p>ECサイトの利用履歴やPOSデータ、インターネット調査データなど、様々なデータが世の中には溢れています。企業としてもこれらのデータを分析して、自社の経営・マーケティング戦略に活かしたいと考えています。①マーケティングにおけるデータの収集・分析の仕方を身に着けること、②ゼミという集団の中で、研究を通じてコミュニケーション能力の向上させることの2つを目的とします。</p> <p>A) 輪読・ディスカッション</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 普段のゼミでは、毎回報告者を決めて、マーケティング・リサーチやマーケティング・サイエンスに関する基本的なテキストについて輪読を行います。 <p>B) 事例研究(個別研究、グループ研究)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 各ゼミ生の疑問に思うことを基にして、先行研究の探索、課題の設定、データ収集、分析、発表を行います。3年次はグループ研究、4年次は個別研究を行います。 <p>C) 課外活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 企業や学会が実施しているマーケティング・データ分析の大会への参加、ゼミ生の興味・関心に応じた企業見学を実施する予定です。 			
<p>【学んだことはどのように生かせるのか】</p> <p>企業のデータや消費者が回答したアンケートデータを分析する能力、分析したことを考察する能力、考察した結果を他人に分かりやすく、論理的に説明する能力が身に付きます。社会人になって仕事をしていく中で、これらの能力があると仕事がしやすくなります(実経験より)</p>			
<p>【おすすめの入門書・基本テキスト】</p> <p>沼上幹『わかりやすいマーケティング戦略』有斐閣アルマ 青木幸弘『消費者行動の知識』日経文庫</p>			
<p>【まだ見ぬ君へのメッセージ】</p> <p>大学生活は、頑張れば自分の自由に好きなことを学んでいけます。だからこそ、自分が面白いと思ったことに取り組んでください。先生も大学生時代に、マーケティングが面白いと感じて、今まで学んでいます。</p>			