

教員名	坪井明彦	所属学科	地域づくり学科
<p>【ゼミでは何を学ぶのか】</p> <p>現在、マーケティングは、営利目的の民間企業ばかりでなく、学校や博物館などの非営利組織や地方公共団体など、顧客が存在するあらゆる組織にとって必要な考え方になっています。地域にとっては、住民や買い物客・観光客、勤労者、企業などが顧客として考えられます。これらの顧客の創造・維持のための活動が、地域マーケティングといわれるものです。ゼミナールでは、このようなマーケティングの基本的な考え方を、テキストや演習時の議論とともに、地域振興のなど実践の場を通して学んでいきます。</p>			
<p>【どのように学ぶのか】</p> <p>演習Ⅰでは、テキストを使用し、毎回担当者がレジュメを作成し、議論を行います。担当者が、テキストの要約を発表し、発表担当者以外の人も毎回、演習問題について事前に準備し、発表し、議論します。</p> <p>また、通常の演習Ⅰの授業とは別に、①何らかのプレゼンテーション・コンテストへの参加、②企業や自治体から設定された課題に対しての調査及びプレゼンテーションの実施、③グループ論文の執筆のいずれかを行います。この経験は、論文作成やプレゼンのトレーニングだけでなく、同じテーマでゼミの仲間たちと継続的に議論することにより、人間関係を深めることにもなります。</p> <p>演習Ⅱでは、卒業論文の執筆・中間報告が主な内容です。</p>			
<p>【学んだことはどのように生かせるのか】</p> <p>演習では、マーケティングや地域マーケティングの知識の習得だけでなく、PBL（Project-based Learning）を重視しています。教室内の学習だけでなく、実践的な学習を通して、コミュニケーション能力、リーダーシップ、論理的思考力など、さまざまな能力を向上させることを目的にしています。</p> <p>卒業生の進路は、メーカーや小売業のほか、金融機関が多いです。大学や学部の全体的な傾向と同様です。身につけられる能力も、特定の職種に生かせるというよりも、どのような仕事でも必要となる汎用能力の向上を重視しています。</p>			
<p>【おすすめの入門書・基本テキスト】</p> <p>青木幸弘編 [2015] 『ケースに学ぶマーケティング』有斐閣 廣田章光ほか [2009] 『1からのマーケティング第3版』中央経済社 西川英彦ほか [2012] 『1からの商品企画』中央経済社</p>			
<p>【まだ見ぬ君へのメッセージ】</p> <p>自身が成長するためには「身の丈を超えた経験」が不可欠です。既にできることを当たり前になしているだけでは、成長しません。そして、成長するためには、実践することも不可欠です。さまざまな課題や活動に挑戦し、実践し、それについて考えることが、自分の能力を伸ばすことにつながります。</p>			