

# 加藤 拓巳 演習室

## 1. 研究内容

---

目的は、「消費者からマーケターへの転換」である。

これからの時代に求められる能力として、STEAM(Science, Technology, Engineering, Art, Mathematics)がある。

上記手段に、価値づくりという目的を創出する Marketing を加えた “M + STEAM” をこの演習では重視する。

各自が興味のある業界を対象として、ひたすらに手を動かすことで、次の時代を担うマーケターにとって不可欠な能力を養う。

## 2. ゼミの進め方

---

2 年次

(1)書籍による知識習得：マーケティング, 調査・分析, デザイン・クリエイティブ, 先端技術の分野を網羅する

(2)グループによる研究：グループでテーマを自主的に設定し, 研究の遂行能力を養い, かつ早期に実績を 1 件つくる

3-4 年次

(3)商品・サービス企画・開発の実践訓練：企業のマーケターとの議論によって, 実践感覚を養う

(4)マーケティング課題に対する科学研究：学会で論文として発表し, Google 上に個人の実績を残す

※過去の研究テーマ例

- ・Netflix のサムネイルが視聴意向に与える影響
- ・YouTube 広告の挿入位置による記憶と購入意向の効果の違い
- ・カラオケの本人映像が満足に与える影響
- ・フィットネスクラブのパーソナルトレーナーが満足に与える影響

## 3. 教材

---

適宜指示

## 4. 成績評価の方法

---

出席 50 点, 成果 50 点

## 5. ゼミ入室試験（選考方法）

---

Oh-o! Meiji グループの概要欄を参照

## 6. その他・志願者へのメッセージなど

---

- 将来のキャリアにて, マーケティングを志望する学生に推奨する (営業職の志望者にはオススメしない)
- この演習では, 各学生の意向を尊重する. よって, 自ら目的意識を持って, 主体的に手を動かせる人を求める
- この演習では, デザイン制作や統計解析のソフトウェアを用いて, 各自が手を動かすことを要求する

大学在学中に, マーケターとしての成長を貪欲に求める人をお待ちしています。

以上