

講義名	卒業研究
講義コード	14052
担当教員	東 利一
開講期・曜日・時限	通年 月曜日 4時限
備考	

ゼミ
学部ゼミ
学部
商学部
学科
商学科
演習名
東利一ゼミナール(マーケティング論)

<p>【テーマ】 マーケティング経営の探究</p> <p>【内容】 世の中では「マーケティングは売り上げのための手段」だという認識がまかり通っています。そのような発想の企業は、どうやったら顧客に買わせることができるかということを追求め、結果的に同質的な商品、価格競争になりがちです。しかし、マーケティング経営を行っている企業は違います。マーケティングは「経営の軸」であり、企業と顧客は対等な関係にある。それゆえに、顧客との関係づくり、「絆」づくりが重要と考え、行動します。このようなマーケティング経営の企業について学び、マーケティング経営の視点から商品開発をしていきます。マーケティング経営の視点は、コンサルティング企業で学んだものであり、企業研修で成果を出しています。この実務の世界で実績のある視点から、ゼミ生をサポートしていきます。</p> <p>【活動】 2回生：「マーケティング経営」を学ぶ。マーケティング経営を実践している企業のケースをベースに学んでいきます。企業訪問も予定しています。</p> <p>3回生：「Students Innovation College (Sカレ)」に参加します。製品開発のプロジェクトですが、ここで「顧客体験価値の提案」を実践します。2回生の時に頭で学んだことを体で実践しましょう。</p> <p>4回生：卒業論文を書きます。関心のあるマーケティング事象に関し、「調べ学習」や「仮説検証法」などを駆使して、本物の「考える力」を養います。</p>

学位
商学修士

<p>【誰かの笑顔のために】 ゼミ活動でみなさんは、製品開発を通して想定顧客の「笑顔」を追い求めていくことになります。私は、「ゼミ生の笑顔」を追い求めてゼミを運営していきたいと思えます。「笑顔」を求めて最後は私たち全員が「笑顔」になるようなゼミにしていきたいです。</p>
--

<p>教員英字氏名</p> <p>Higashi Toshikazu</p>
<p>研究室</p> <p>研究棟 221研究室</p>
<p>最終学歴</p> <p>慶應義塾大学大学院商学研究科 後期博士課程修了</p>
<p>主な研究活動・社会活動・研究業績</p> <p>【研究活動】 顧客に「体験価値」を提供する独自性のある企業活動や事業活動を研究しています。同じ製品でも「これじゃなきゃダメ!」「こんなのが欲しかった!」というブランドがみなさんのまわりにあると思います。そのような製品やサービスを提供できる企業のマーケティング経営について研究しています。具体的には、ネスレ、カゴメ、ヤマト運輸、スノーピーク、ハーレーダビッドソン・ジャパンや、ヤオコー、ハッピーケアメンテナなどが研究対象です。</p> <p>【社会活動】 本学赴任以来、東京のコンサルティング企業でビジネス・パーソン対象の研究会の講師をしています。企業研修を通して、新製品開発や新事業の立ち上げに協力してきました。11年度、高大連携等連絡協議会委員と、大学教育に企業(の経営者)を取込むプロジェクト(経産省近畿経済局)に参加し、教育で高校・大学・企業をつなげることをしました。08年度に、中小企業庁の中小売業活性化に関する委員会の仕事をしました。全国には目立たないけど高いCSを提供してがんばっているところが沢山あります!04年度に、加古川市の卸売市場の活性化に関する委員会に参加しました(05年から行われている「市場まつり」に行った人もいるのではないのでしょうか)。その他に、大店法に基づいた大型店の出店にかかわる委員会の仕事や、造幣局の職員研修、神戸商工会議所主催のゼミナーのコーディネーター&講師を務めました。</p> <p>【研究業績】 共著『戦略的マーケの構図』(2014)、同文館</p>
<p>主な卒業論文のタイトル</p> <p>96年度から卒論がありますが、以下は過去4年分の主な卒業論文タイトルです。 2016年度：「ファストファッション業界におけるSPAビジネスの違い」 2015年度：「コンビニ業界と経営戦略について」、「アニメと町おこし」、「遊戯王カードはなぜ売れるのか」、「スーパーマーケットのマーケティング」、「学生チャレンジプロジェクトから考える-大学図書館と本について」 2014年度：「ニトリのマーケティング戦略」、「高齢者に対するビジネスプランの提案」、「日本の消費者の商品購買意思決定に作用するものとは-携帯会社3社の事例考察-」 2013年度：「地域経済におけるゆるキャラの活用についての考察」、「ドッグプールの拡大」、「PS Vitaを用いた映像教育、Eラーニングとのその展望」、「電機メーカーの現状と回復について」、「ストリートウェア専門店の企画-接客で人と人とを繋ぐ-」、「中心市街地と商店街の再生」、「アメリカの大学スポーツに焦点を当てた日本の大学バスケットボールの発展について」、「過疎地域のみちおこし」、「広島県唯一のテーマパークみろくの里の興行収入をあげるには」</p>
<p>趣味・特技</p> <p>数年前まで合気道をやっていました。キャリアは12年です。決して自分のパワーのみに頼らずに相手とシンクロナイズするところが大好きです。QUEENも大好きで、CDは一通り持っています。大学1年の時に日本で最後のジャパン・ツアーに行きました!</p>
<p>所属</p> <p>商学部マーケティング学科</p>
<p>所属学会</p> <p>日本マーケティング学会、日本商業学会、戦略研究学会</p>
<p>専門分野</p> <p>マーケティング経営、リレーションシップ・マーケティング、コト・マーケティング、戦略的マーケティング</p>
<p>選考方法</p> <p>教員との面接で選考します。積極的な学生を大歓迎します。個別ガイダンスには必ず参加してください。参加は採用の必須条件です。申込用紙に、2016年度後期の成績表コピーを添付して下さい。面接内容や申込用紙、提出書類等で、総合的に判断します。志望理由やゼミでやりたいことなどを尋ねるので、自分を100%アピールできるように準備してきて下さい。ゼミは、中立的に積み上げさせて、取組としてはチームワークをすすめていきます。</p>
<p>担当科目</p> <p>戦略的マーケティング論、海外流通リテール研修、リテールマネジメント概論、基礎教養(マーケティング学科へのいざない)、流通科学入門、流通概論、</p>
<p>備考</p> <p>ゼミ生からみなさんへ、一言メッセージ。 【4回生】</p>
<p>評価方法</p> <p>以下の3点に基づいて評価します。 ゼミへの参加度、ゼミの成果物、出席状況</p>