

講義名	(対面)研究演習		
講義コード	15014	授業形態	
担当教員	綿貫 真也		
開講期・曜日・時限	後期 月曜日 5時限		
備考			

ゼミ
全学部対象
学部
商学部・経済学部・人間社会学部
学科
各学部の全学科

演習名
戦略的マーケティング・インテリジェンス

概要説明
<p>本ゼミでは、マーケティング戦略課題に対して（顧客価値の創造など）、以下の次世代マーケティング・リサーチ工学の手法を積極的に活用していきます。</p> <p>人工神経回路網モデルを始めとしたディープラーニングなどの認知科学・工学的手法 消費者脳科学（コンシューマニューロサイエンス）</p> <p>また、本ゼミのもう一つの柱としてインターディシプリナリアプローチによるマーケティング戦略課題の解決を学びます。、 のような具体的な手法を学び、自身の習得をすることも大切ですが、マーケティング戦略の課題解決には、一見、関係のない異分野の知を活用するというインターディシプリナリアプローチが有効であるということを知り、クリエイティブな課題を解決法を見つけることが重要です。</p>

学位
博士（工学）

教員よりの要望
プログラスキルや数学的な知識は必要としません。

教員英字氏名
SHINYA WATANUKI
研究室
研究棟 203
最終学歴
慶應義塾大学文学部卒業 / 横浜国立大学大学院環境情報学府 博士課程後期修了
主な研究活動・社会活動・研究業績

<p>教員プロフィールを参照してください。</p>
---------------------------

主な卒業論文のタイトル

趣味・特技
グラフィックデザイン

所属
商学部

所属学会
日本マーケティング学会、日本消費者行動研究学会、日本感性工学会

専門分野
ブランド・インフォマティクス、戦略的マーケティング・インテリジェンス、マーケティング戦略論、ブランド論

選考方法
自己紹介書類、面接など

担当科目
消費者行動論、マーケティング・データ分析、マーケティング・リサーチ、流通概論、流通科学入門、自己発見とキャリア開発、研究演習1・2、教養特講1

備考

評価方法
ゼミ参加度、課題への取り組み姿勢など 講義形式の変更があった場合でも成績評価方法は変更しない

実務経験の有無及び活用
「実務経験あり」。実際に、社会・企業で要請される能力を軸として、企業人を要請するための指導をしています。そのために、本ゼミでは、学生を子供ではなく、企業社会における1社会人として扱います。