

講義名	対)研究演習		
講義コード	55415	授業形態	演習
担当教員	森藤 ちひろ		
開講期・曜日・時限	通年 金曜日 5時限		
備考			

ゼミ

森藤ちひろゼミナール（マーケティング・消費者行動）

学部

全学部

学科

全学科

演習名

マーケティング・消費者行動

概要説明

この科目は、「対面型」で実施します。到達目標の達成のためには、授業形態や扱う教材等の関係上、対面型での授業が望ましいためです。「オンデマンド型」ではありませんので、時間割通りの時間帯に指定された教室で授業に参加してください。なお、新型コロナウイルス感染症への感染者または濃厚接触者に指定され、一時的に通学が禁止となった学生は、「対面型」授業に遠隔（ライブ・オンライン）で参加してください。

森藤ゼミでは、マーケティングと消費者行動の理論を、「人々の暮らしや人生を幸せにする道具」として捉え、「消費者を深く知り、より良い商品を提供する」ための実践的な学びを行います。消費者、提供者、提供組織、社会全体が幸せになる方法を、一緒に勉強しましょう。

【消費者を深く知る】

- ・時代の流れや変化をキャッチする
- ・消費者のニーズを探る
- ・消費者を分類し、それぞれの消費者像を明らかにする

演習内容

- ・消費者行動の理論を習得する
- ・フィールドワークを行い、消費者を理解する
- ・調査手法を学び、調査を設計する
- ・調査結果を分析し、考察する

【良いモノ・サービスを提供する人になる】

- ・マーケティングの理論を習得する
- ・マーケティング・サーチを行う
- ・調査結果を考察し、新たなモノ・サービスを提案する

演習内容

- ・グループ研究を行う
- ・プレゼンテーションスキルを磨く
- ・社会共創活動を行う

消費者を知ることは、自分を知ることから始まります。

- ・自分はどのようなものを好み、どのようなものを好まないのか
- ・自分はどのような価値観をもっているのか
- ・自分の興味・関心はどのようなことにあるのか
- ・自分はどんな時に頑張ることができ、どんな時にくじけそうになるのか
- ・自分はこれからどんな人生を歩んでいきたいのか

人は人との関わりによって成長していきます。森藤ゼミは、一人では成し遂げられないことを集団で達成し、その喜びを分かち合うことに重きをおきます。演習や様々なゼミ活動を通して互いに励まし、成長を認め合います。人との対話を大切にしたい人、ぜひ森藤ゼミでその素晴らしさを一緒に体験しましょう。これまでの自分から変わりたい人、いろんなことにチャレンジしたい人を歓迎します。

【ゴール】自分の資質を磨き、自分の能力を最大限発揮できる知識とスキル、精神を身につける

学位

博士（先端マネジメント）

教員よりの要望

まず、自分がどんなことに興味・関心を持っているのか、将来どんな道に進みたいかをじっくり考えてみてください。明確な答えがある方、まったくわからない方、いろいろでしょう。現時点では、どちらでも構いません。ご自身が今のどのような状況であるのかをしっかりと見極めてください。卒業論文では、それぞれが面白いと感じ、かつ将来に役立つテーマを一緒に探し、研究を進めていきます。

森藤ゼミは、学生の能力、可能性を引き出す場所でありたいと考えています。そのため、ゼミに積極的に参加して下さる方を望んでいます。学外に出て調査をしたり、外部機関と一緒に活動する機会が多いです。ゼミ生には、気持ちよい挨拶ができ、礼儀正しいこと、協調性があることを求めます。また、他のメンバーを尊重できる人を歓迎します。

教員英字氏名

Chihiro Morito

研究室

研究棟 5 431号室

最終学歴

関西学院大学大学院経営戦略研究科博士課程先端マネジメント専攻修了

主な研究活動・社会活動・研究業績

サービス・マーケティング、消費者行動の研究領域を中心に、以下のテーマで研究しています。

主な研究活動

- ・顧客満足と顧客参加
- ・家族の購買意思決定
- ・ソーシャル・マーケティング（社会問題に対するマーケティングの活用）
- ・ソーシャル・マネジメント（医療・介護・福祉・保健と地域社会のマネジメント）

研究業績（研究代表者である研究助成）

- ・病院ホームページの消費者の態度に対する影響
- ・マーケティングを用いたコミュニケーション・スキルの自己学習支援システムの開発
- ・非営利組織のブランド・エクイティに関する実証分析
- ・消費者の動機づけと自己効力感に関する研究、患者教育と健康維持・増進活動
- ・ICTの発展と家族形態・価値観の多様化を考慮した家族の意思決定プロセスの解明

主な卒業論文のタイトル

学生本人の興味と関心が最重要と考えます。ご自分の研究したいテーマをご相談ください。下記は一例です。

- ・サービスに関する研究（サービス・・・医療、教育、通信、金融、観光、アミューズメントなど）
- ・消費者行動・消費者心理に関する研究
- ・マーケティングに関する研究
- ・ソーシャル・マネジメントに関する研究 など

趣味・特技

大学は薬学部に進学し、卒業後は、製薬会社、医療機関での勤務を経験しました。医療に従事していた時にサービス・マーケティングに出会い、研究者に転向しました。大学時代は、ボランティア活動などをしていました。今は、茶道、着付けなどを学んでいます。

所属

人間社会学部・人間社会学科

所属学会

日本商業学会、日本消費者行動研究学会、日本マーケティング学会、サービス学会、日本抗加齢医学会

専門分野

サービス・マーケティング、消費者行動、ソーシャル・マーケティング、ソーシャル・マネジメント

選考方法

個別ガイダンス期間中に、必ず研究室を訪問し、教員と話す機会を持ってください。その際、ご自身のことをしっかりと伝えられるよう自己紹介とゼミで学びたいことを考えてきてください。提出書類と面談の情報をもとに選考します。

担当科目

教養特講「サービス・マーケティング」、サービス・マーケティング事例研究、消費者行動論、消費者意思決定論、販売広告心理学、消費者心理学、社会マーケティング、ソーシャル・マーケティング、研究演習Ⅰ、研究演習Ⅱ、卒業研究、消費者行動特論

備考

所持資格
専門社会調査士、薬剤師、社会福祉士、介護支援専門員、日本抗加齢医学会認定指導士

評価方法

原則として、出席を前提とします。無断欠席、遅刻は厳禁です。課題に対する取り組み、議論への参加、プレゼンテーション、提出物等を総合し、評価します。

実務経験の有無及び活用