

講義名	研究演習 (商)		
講義コード	25232	授業形態	
担当教員	藪野 祥太	開講期・曜日・時限	後期 火曜日 5時限
		キャンパリング・コード	SEM250

学部・学科	演習分野
商学部・マーケティング学科	マーケティング論・消費者行動論・SNS・クチコミ

<p>概要説明</p> <p>藪野（やぶの）ゼミでは、マーケティング論・消費者行動論・SNS・クチコミを中心に学びます。</p> <p>加えて、学んだ理論に基づいてマーケティング施策を考える力やそれを検討するうえで必要な分析を身につけていきます。マーケティングそのものが実践を想定した学問であるため、社会共創活動（企業や地域とのコラボによるマーケティング施策の検討）に参加してもらい、実践的に学んでいきます。</p> <p>この実践経験を通じて、日ごろ学んでいる理論との違い（ギャップ）も意識してもらいます。</p> <p>各年度で取り組む内容は以下のとおりです。</p> <p>研究演習：知識・フレームワークの習得（マーケティング論等の基礎）+ 社会共創活動</p> <p>研究演習：社会共創活動+就職活動対策</p> <p>卒業研究：就職活動+卒業論文の作成（テーマは学生の自由です）</p> <p>学生の興味関心によって変更する場合があります 具体的な内容については、面談で聞いてください</p>
--

<p>主な卒業論文のタイトル</p> <p>今回が1期生の募集のため、実績はまだありません。 学生が興味の内容で書いてもらいますので、基本的には自由です。</p>
--

<p>教員よりの要望</p> <p>「マジメに楽しく取り組める」「やるときはやる（メリハリをつけられる）」学生を歓迎します。 私自身が皆さんと楽しくゼミ活動を行っていきたくており、そのためには上記の2点は欠かせません。</p> <p>藪野ゼミはグループワークグループ単位での活動（グループワーク）が基本となるため、「マジメ」にゼミに参加してください。 遅刻や無断欠席等は他のゼミ生に迷惑となります</p> <p>その分、楽しむときは全力で楽しみましょう！</p> <p>マーケティング論・消費者行動論・SNS・クチコミに少しでも興味を持った人を歓迎します。</p>

<p>選考方法</p> <p>面談（ほぼ雑談）・自己紹介書類・成績を元に総合的に判断します。 なお、成績も加味しますがそれ以上に学ぶ意欲が見られれば選考を通過することも大いにあります。</p> <p>選考において面談は必須ですので、少なくとも1度は来てください。</p>
--

<p>評価方法</p> <p>普段のゼミに対する取り組みを総合的に評価します</p>

<p>教員英字氏名</p> <p>Shota Yabuno</p>	<p>研究室</p> <p>研究棟 315 研究室</p>
--	--------------------------------------

<p>最終学歴</p> <p>大阪市立大学大学院経営学研究科 後期博士課程修了</p>
--

<p>学位</p> <p>博士（商学）</p>

<p>主な研究活動・社会活動・研究業績</p> <p>【研究テーマ】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.消費者の抱くブランド・イメージがマーケティング活動に及ぼす影響 2.発信者の異なる情報源への接触が支払意思額に及ぼす影響の検証 3.特定保健用食品に対する購買行動とその消費経験が健康行動に与える影響に関する考察 4.地域ブランディングにおける外食産業の果たす役割の検証 <p>【論文・学会発表】</p> <p>藪野祥太（2023）「マーケティング活動による顧客反応にブランドが及ぼす影響 - 階層ベイズモデルを用いた実証分析 - 」大阪市立大学博士学位論文。</p> <p>藪野祥太（2024）「日本の化粧品市場における消費者の行動と意識」ファッションビジネス学会誌（近刊）。</p> <p>藪野祥太（2023）「発信者の異なる情報源への接触が消費者に及ぼす影響 - Instagramを分析対象として - 」日本商業学会関西西部会9月例会。</p> <p>Yabuno S.（2024）"Measuring the Brand and Category Effects of Marketing Activities on Customers.", Journal of Brand Strategy（近刊）。</p> <p>その他、詳細は教員プロフィールを参照してください。 https://researchmap.jp/yabunosh</p>
--

<p>趣味・特技</p> <p>【趣味】 美味しいものを食べること、音楽鑑賞（特に邦楽）、旅行、ゴルフ</p>
--

<p>所属</p> <p>商学部マーケティング学科ブランド戦略コース</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、日本消費者行動研究学会、日本プロモーション・マーケティング学会、ファッションビジネス学会、日本フードサービス学会</p>

<p>専門分野</p> <p>ブランド戦略、SNS（Instagram）に対する消費者の反応、地域ブランディング、外食産業（食文化資産）の活用、メイクアップ化粧品</p>
--

<p>担当科目</p> <p>マーケティング論、消費者行動論、広告論、マーケティング・コミュニケーション論、デザイン論、マーケティング学科へのいざない、自己発見とキャリア開発AB</p>
--

<p>備考</p> <p>分らないこと、気になることが少しでもあれば何度でも研究室に来てください。 もちろん、友達と一緒に来ていただくのも大歓迎です！ 月・火の昼休み・4・5限は基本的に在室、事前にメールを頂ければ水 - 金も在室します （Shota_Yabuno@red.umds.ac.jp）</p> <p>一緒に楽しいゼミにしましょう！！</p>

<p>実務経験の有無及び活用</p> <p>実務経験あり 就職活動におけるエントリーシートや面接に対して、これまでの経験をもとにアドバイスします！</p>
--