

指導教員名	羽藤雅彦
-------	------

活動区分	高品質開発型	連携先	企業

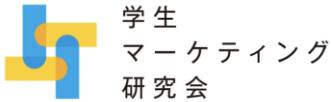
～ 学生マーケティング研究会 ～

活動の様子



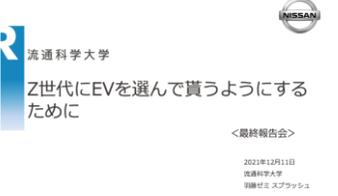
企画・活動概要

このたびの「2021年度 学生マーケティング研究会」は、研究テーマを「現代消費をとらえ、若者視点での新たなマーケティング企画を作成する」に設定し、株式会社朝日新聞社、株式会社エディオン、セビオ株式会社、株式会社セブン-イレブン・ジャパン、日産自動車株式会社という一般企業5社にご参加いただき、2021年8月21日(土)～2021年12月18日(土)の期間に実施いたします。(CCCマーケティングより)



取り組む課題

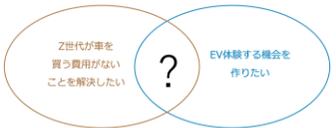
・日産自動車株式会社「様々な選択肢がある中、Z世代に取ってEV(電気自動車)を選択してもらうには？」
 ・株式会社セブン-イレブン・ジャパン「コンビニエンスストアをプラットフォームとしたサステナブルな商品、サービスを考える」



本学(学生)の役割

各企業の課題に対し、データを用いながらロジカルに課題を洗い出し、その課題を解決するマーケティングプランを提示する。

2-1 EVを選択してもらう提案



経緯・背景・目的

新型コロナウイルスの影響により、学習機会の減少した学生に対し、少しでもマーケティングの実務に触れる機会を増やすことを目的に本企画は実施された。目的:学生のマーケティング力を伸ばすため、また、オンラインでの発表を経験させるために今回参加した。



活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

・論理的思考力
 自分たちが考えた課題を聞き手も重要だと認識できる容易に説明する論理的思考力
 ・アイデア力
 どういったアイデアであれば自分たちが考えた課題を解決できるのか、またより魅力的なアイデアにしていくにはどうすればいいかを最後まで考え抜く力
 ・プレゼン力
 より魅力的なプレゼンをするにはどうすればよいかを考え抜き、何度も練習を繰り返すことで身につけることができた



指導教員および関係者の紹介

<指導教員>



商学部
 マーケティング学科
 准教授
 羽藤雅彦 (ハトウマサヒコ)
 <専門・担当科目等>
 研究演習I

<関係者・企業等>

CCCマーケティング株式会社
 日産自動車株式会社
 株式会社セブン-イレブン・ジャパン