

研究会名：小野晃典研究会

専攻分野：マーケティング（広告論・消費者行動論）

研究領域・研究内容

マーケティング論の研究課題は広範ですが、小野晃典先生の中心的研究領域は、広告論と消費者行動論です。つまり、売手と買手の相互作用のうち、製品情報に関わるコミュニケーション（売手の広告・プロモーション、買手の情報探索や口コミ活動）および、それらの成立要件や影響関係ということです。大半のゼミ生もこれに準じた関心領域を持っていますが、多種の戦略を総合的に立案することを尊重するマーケティング論にあって、この主題のみにとらわれずに幅広い視点から研究活動を行っています。

ゼミ員構成

4年生【第5期生】22名（うち女子7名、他学部1名、留学生1名）

3年生【第6期生】20名（うち女子6名、他学部1名、留学生1名）

活動状況

2年間の活動のうち、3年生の前期は、ディベートやケースメソッド、コンピューターによる多変量解析演習などを通してマーケティングの基礎知識を吸収する期間、そして、後期は、前期で築き上げた知識を土台に、各プロジェクトチーム（マーケティングゼミ合同研究会、関東十ゼミ討論会、インゼミ討論会、電通論文）に分かれて、マーケティングに関する様々な企画に参加する期間となっています。ゼミ活動の2年目である、4年次の活動は、卒業論文の執筆と後輩の指導が活動の中心となります。

- ・本ゼミ（木曜4・5限）：英書講読、ケースメソッドもしくはディベート
- ・サブゼミ（月曜4・5限）：コンピューターによる多変量解析、既存文献フリーディスカッション

選考方法

2009年度については未定ですが、2008年度は事前レポートの提出と、ゼミ員と先生による面接が行われました。

他学部生受け入れの条件・注意点

小野研究会では、毎年他学部生を受け入れてきた実績があります。受け入れ

に際しての条件・注意点は特に設けておりません。マーケティングに興味を持ってくださる方の挑戦なら、どなたでも大歓迎です。ご不明な点があれば、下記 の連絡先までお問い合わせください。

ゼミ員からのコメント

当研究会は、主体性を重んじるという理念から、ただ与えられた課題をこなすだけではなく、ゼミ生主導で活動内容を決定していく要素が、他の研究会よりも強いといえます。ゼミ生全員が役職に就き、責任感を持ってゼミ運営に関わるということは、他のゼミにはない最大の特徴です。41名のゼミ生は、現在、これから10年、20年と続くゼミの歴史を築いていくことの実感を感じながら、自身の成長のビジョンを明確に持ち、ゼミ活動に打ち込んでいます。当研究会の指導教授である小野先生は、そういった私たちゼミ生の目線に立ち、ゼミ生の意見を最大限に尊重して下さる方です。

当研究会の活動はもちろん研究ではありません。商学部を代表して行った「高校生のための体験講座」やソフトボール大会では春季大会優勝をはじめとして、ゼミ生は、合宿や飲み会なども含めた行事に対しても全力投球です。よく学び、よく遊ぶ。これが小野晃典研究会の姿です。

連絡先

小野 晃典先生（指導教授）	akinori@fbc.keio.keio.ac.jp
松木 拓也（入ゼミ）	tm680324@yahoo.co.jp
加藤 絵美（入ゼミ）	mixberry_vv@z2.keio.jp
入ゼミ質問用メールアドレス	onosemi7@gmail.com

小野ゼミ HP

<http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>