

小野ゼミの活動とその目的

六期 松木拓也 水成俊一郎

個人課題

基礎文献レポート

マーケティング（消費者行動、広告論、流通論、ブランド論など）に関する日本語のテキストを読み込むことで、内容を要約したり、そこから発展した考察を書いたりすることで、マーケティングの基礎知識を身につけることができます。これは正しく内容を要約する力や文章を書く力を身につけることができるので、社会人になった時に非常に有効な力となります。

多変量解析演習

2年生の皆さんは現在、日吉で統計学を学んでいる最中だと思います。しかしながら、大半の方が何の為にやっているか、難しいという感想をお持ちだと思います。しかしながら、マーケティングにはこの統計を分析方法として使用することは非常に重要です。また、統計学というものを何故行うのか、またどのようなことが解るのかというのが理解できれば非常に面白いものです。

小野ゼミで学ぶ多変量解析はSASという統計ソフトにデータを入力することで簡単に分析結果を得ることができるため、数学が苦手という人でも簡単に扱うことができます。

グループワーク

ケース・メソッドについて

ハーバードビジネススクール流のケース・メソッドを行う企画で、事例を手段、つまりある現状の問題点を如何に解決する戦略を提案していくことが目的であり、マーケティングの一般理論の応用方法を学ぶのにとっても最適な学習です。ケース・メソッドを通して、論理的思考能力、根拠となる資料の収集技術、レジュメ、パワーポイントの作成方法、口頭プレゼンテーションなどの様々な能力の向上を図ります。

ディベートについて

ある議題について賛成派と反対派に分かれて論理的に意見を戦わせるのがディベートです。ケース・メソッドと同様な能力の向上を目的としています。その中でも、相手側やオーディエンスを論理的な口頭技術によって納得させていくという意味では、特に口頭のプレゼンテーション技術の向上を図ります。

共同研究プロジェクトについて

ゼミ活動1年目の大きな目標が、共同研究プロジェクトです。関東十ゼミ討論会、商学部異分野ゼミ合同報告会、商学部マーケティングゼミ合同報告会、電通論文の4チームに分かれて4つの論文を執筆します。電通論文以外の3チームは、三田祭に向けて執筆し、当日パネル発表を行うと共に、各発表会では口頭のプレゼンテーションを行います。電通論文チームは、広告代理店の電通が主催する懸賞論文に提出するといった、他の3チームとは異なる性格の論文を執筆します。