



小野晃典研究会

小野ゼミ

Google検索

データ量No.1の
充実したHP

マーケティングは
商学部の花形!!!

小野ゼミとは

研究領域

小野ゼミの研究領域は、**広告論**と**消費者行動論**に代表される**マーケティング論**です。ただし、これらの主題にとらわれずに幅広い視点からの研究活動もっています。

広告論・消費者行動論

広告論とは、なぜこの広告が売上に貢献しているかを研究する学問です。消費者行動論とはなぜ消費者はこのブランドを選択したかを考える学問です。慶應で**唯一**、**広告論**を扱っています。

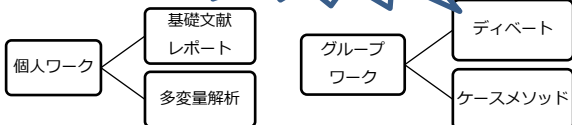
研究方法

論理的な筋道を立てて議論するための**理論研究**と、現状を把握し理論と現実の対応をチェックするための**実証研究**の両方を重んじています。

活動内容

学力だけじゃない!
プレゼン、ディベートも
うまくなれます!

3年春



基礎知識のインプット

◆個人ワークとして、昨年度は以下の文献を使いました。他2冊



多変量分析

統計ソフトを使って分析技法の習得をします。

定着のためのアウトプット

◆実例からマーケティングを学びます。昨年度は以下の企業のケースを用いました。



ディベート(過去のテーマ例)

「広告vsクチコミ」
「直営店vsフランチャイズ店」

3年秋

チームに分かれて論文の執筆を行います。夏休み前からチームが始動します。

4年

卒業論文は2年間の集大成なので、ゼミ生自身が興味をもったテーマに全力で取り組みます。多くの方が商学会賞を受賞しました。



自主性と社会性を鍛えられる

小野ゼミでは、本ゼミ・サブゼミで何を行うか全てゼミ生が決定します。勉強においても、自ら問題を発見する力を養い自主性が身に付きます。さらに、グループワークやゼミの運営では協調性と個性のバランスをいかにしてとるかという社会性が身につきます。

特徴

メリハリあるゼミ生活

大学院生が多く所属しており、フィードバックの質や量も他のゼミより格段に上です。勉強面以外の活動もあります。グループワークのあとはメンバーや先輩方と飲みに行くこともあります。また、ソフトボール大会に参加するなど対外的な活動にも力をいれています。

ゼミ活動日

本ゼミ : 金4・5限
サブゼミ: 火4・5限

ゼミ生構成

大学院生: 8名
4年: 20名(女子7名)
3年: 16名(女子6名)

誕生日

2001年(現3年は11期)



2013春合宿!

質問・相談等はこちらまで

小野晃典先生(指導教授) akinori@fbc.keio.ac.jp

内藤 節(ゼミ長) takashinaito2121@gmail.com

山田 彩華(入ゼミ代表) chocobiscut@gmail.com

入ゼミ質問用アドレス onosemi13@gmail.com

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

マーケティング論【広告論・消費者行動論】