



マーケティング論 【広告論・消費者行動論】

■活動日
本ゼミ：木曜日4・5限
サブゼミ：月曜日4・5限

■ゼミ生構成
4年：18名（女子8名）
3年：20名（女子6名）

小野晃典研究会

研究領域

小野ゼミの主な研究領域は、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、私達小野ゼミ生は、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行っています。

広告論

「なぜこの広告が
売上に貢献しているのか」

消費者行動論

「なぜ消費者は
このブランドを選択したのか」

■研究方法

小野ゼミでは、研究方法は研究領域と並んで重要であると考えられています。特に、ゼミ生は、理論研究と実証研究の両方を重んじて日々研究に励んでいます。

理論研究

「論理的な筋道を
立てて議論するため」

実証研究

「現状を把握し理論と現実
の対応をチェックするため」

昨年度実績

- ・慶應義塾商学会賞
- ・テレコム社会科学学生賞
- ・国際誌IJEC掲載
- ・関東十ゼミ討論会最優秀賞

対外的にも
実績あり！！



活動

3年前期

基礎文献
レポート

多変量
解析技法

ディベート

ケース
メソッド

3年後期

三田祭
論文

論文
報告会

4年

卒業論文

後輩指導

小野ゼミの2年間

統計ソフトを使って分析技法の習得を行い、基礎文献を通じてマーケティングの基礎知識を習得します。ここでの知識を土台に2年間マーケティング論を学びます。

基礎知識として学んだ理論などを応用して知識の定着を図ります。

※昨年度テーマ

- 「紀伊国屋の電子書籍化戦略」(ケース・メソッド)
- 「森永乳業の新ブランド戦略」(ケース・メソッド)
- 「JALはLCCに参入すべきか否か」(ディベート)

各論文チームごとに論文執筆を行います。

※昨年度テーマ

- 「努力量と成果がセルフギフト行動に及ぼす影響」
- 「模倣品購買経験者の正規品購買行動」
- 「ホビー製品購買を巡る社会的相互作用」
- 「解釈レベル理論に対する2通りの解釈」

ゼミ活動の集大成として、各自の問題意識に沿っての卒業論文執筆を行います。また、後輩のレポート添削やレクチャーも行います。



特徴

小野ゼミの最大の特徴は、グループワークを中心とした活動にあります。ゼミ生は活発に意見交換する中で考えを深め、質の高い研究へと結び付けています。

長い時間をかけたグループワークの後には飲み屋へ…真剣に討論した後のビールは格別ですよ!!

オンとオフの切り替えがしっかりしているのも小野ゼミの特徴です。合宿やソフトボール大会、定例コンパなど各種行事、何事にも全力投球。

慶應No.1の熱いゼミです!!

小野ゼミ

Google検索



モバイル用ゼミHP

メッセージ

小野ゼミは、意欲さえあれば誰にでも成長できるチャンスがある素晴らしいゼミです。そんなゼミで三田生活を充実させたい方や少しでも小野ゼミに興味を持った方は、ぜひ一度ブースに足を運んでみてください。

ゼミ生一同お待ちしております！

小野晃典先生（指導教授） akinori@fbc.keio.ac.jp
 石井 隆太（ゼミ長） ryuta141@gmail.com
 杉山 拓（入ゼミ代表） sporty.taku.s@gmail.com
 入ゼミ質問用アドレス onosemi12@gmail.com
 小野ゼミHP <http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi>