

## 第2回オープンゼミ

入ゼミチーム

### ディベートとは？

ある1つのマーケティング問題について、2つの立場に分かれて、それぞれの理論を用いてジャッジを説得するゲーム。

⇒論理的思考力、資料作成力、プレゼン力が身につきます！

☆小野ゼミでは、このディベートを既存文献講読やサブゼミのレクチャーなどで得られた知識や理論をアウトプットする場として位置づけている。

#### ディベートの流れ

- 1.立論 … 自分がその立場をとる理由を論理的に主張する。
- 2.質問 … 相手の立場に対して質問する。(反論はなし)
- 3.反駁 … 相手の主張に対して論じ返す。
- 4.ディスカッション … 立論・質問・反駁を踏まえ、主張をぶつけ合う。
- 5.まとめ … これまでの議論を踏まえ、最終弁論を行う。

#### 小野ゼミで実施したディベートテーマ例

高価格へのライン拡張と低価格へのライン拡張どちらが良いか？！

マーケットインとプロダクトアウトどちらが有効か？！

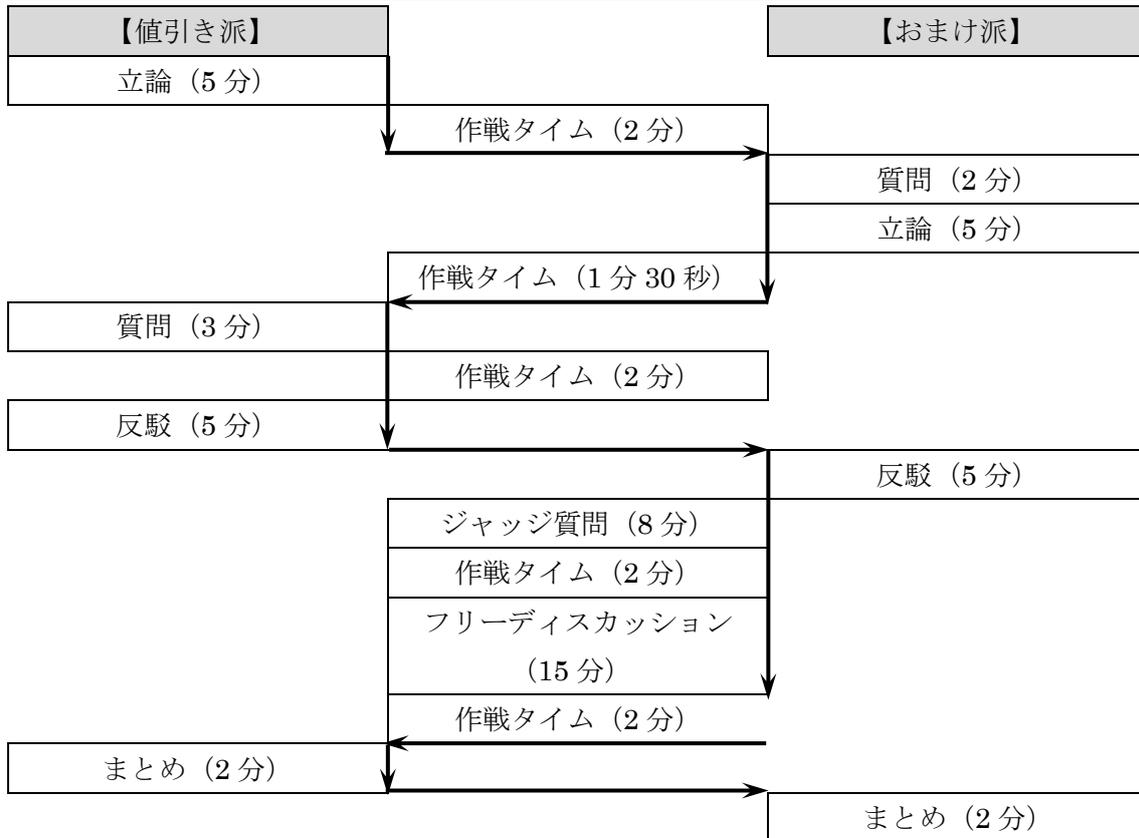
直営店経営とフランチャイズ店経営どちらが有効か？！

### 今回のディベートテーマ

「企業がセールス・プロモーションを行う際、“値引き”と“おまけ”、どちらが有効な方法だろうか」

☆企業は、短期的な売上増加を企図して、値引きやおまけを付加するといった方法で、消費者に購買を促進している。このことを、マーケティング用語ではセールス・プロモーションというのだが、はたして、値引きとおまけを付加する戦略ではどちらのほうの有効であろうか…。もちろん、短期的な売上増加だけを考慮するのは浅はかである。そのセールス・プロモーションを実施することで引き起こされる将来的なデメリットも考慮しなければならないのだ！さて、どっちが有効だろうか…本日ついに決着！！

### タイムスケジュール



### 今回の皆さんのミッション

今回皆さんには、このディベートで値引き派とおまけ派どちらの立場の方が優勢であったかをジャッジしていただきます。以下の点に注意して、採点表に記入してみてください。

#### 採点項目

- 立論 … 10点(立論にどれくらいの説得力があったか、聞きやすかったか、など)
- 反駁 … 10点(どれくらい相手の主張を攻撃できていたか、聞きやすかったか、など)
- フリーディスカッション … 10点(どれほど相手に対して優位に議論を進めていたか)
- まとめ … 10点(これまでの議論を踏まえて説得力のあるまとめができているか)
- 資料完成度 … 10点(資料が見やすくまとまっているか、わかりやすいか、など)
- チームワーク … 10点(チームみんなで相手に対して戦う姿勢があったか、など)