



消費者行動論=マーケティング×心理学

「マーケティング」のイメージってどんなものですか？「なんだかかっこいい」と思う人もいれば、「うさんくさい」と思う人もいるでしょう。マーケティングとは、簡単に言えば「売れる仕組みを作ること」です。どんな人に対して、どんな商品を作るか、いくらで売るか、どこで売るか、どんな風に宣伝するか、などを考え実行するのです。「なんだ、マーケティングってお金儲けのための技術なのか」と幻滅する人もいるかもしれませんが、マーケティングが対象としているのは企業だけではありません。官公庁(行政)や学校(教育)、病院(医療)といった非営利の組織、サークルやゼミなどのとても身近なグループ、そして個人の行動だって含まれるので。相手に何か働きかけたい(新入生に自分の部活に入ってほしい、好きな人に自分のことを知ってほしいなど)と思ったとき、もうすでにマーケティング活動は始まっているのです。

私たちのゼミではマーケティング活動を、特に「消費者(相手)」の立場から考えます。企業(私たち)がこのように働きかけたら、お客様(相手)はどう感じるだろう、どう行動するだろう、ということを心理学的に考えるのです。一見、難しそうに見える抽象的な理論でも、日々の生活の中で体験する物事に置き換えることで、「あ～、なるほど！」と実感することができます。ですから、私たちが学んでいる「消費者行動論」とは、とても身近で役に立つ面白い分野なのです。



全国の大学生と切磋琢磨しよう！社会で実践しよう！

受験勉強を通して、「勉強は楽しくない」「大学生になつたら勉強なんかしないで遊ぶぞ」と強く思っている人もいるかもしれません。でも、主体的に(自分から進んで)学んだことがないからそう感じるだけで、本当はとても楽しいものなのです。ただ、主体的に学ぶということは、けっこう難しいこともあります。そこで私たちのゼミでは主体的に学ぶきっかけとなるように、全国規模で開催されているコンテストに参加して全国の大学生と本気で競ったり、企業や自治体との共同の取り組みを通して、学んだことを実践してみたりしています。今後は、企業やNPOなどとの連携した取り組みを増やしたり、研究系のコンテストだけでなく商品企画などを行なうコンテストに参加したりしていくつもりです。

<これまでの受賞(3年分)>

- ・マーケティング分析コンテスト2010 佳作(株式会社野村総合研究所)
- ・2012年度VMStudio & TMStudio学生研究奨励賞 佳作(株式会社数理システム)
- ・第23回ヤンマー学生懸賞論文 優秀賞(ヤンマー株式会社)



本気で勉強してみるっていうのはどうだろう??

大学生になつたら、アルバイトをしたい、サークルに入りたい、海外旅行がしたい、…たくさんやりたいことがあるはずです。確かにどれも人生において貴重な経験になるでしょう。でも、せっかく大学生になつたのだから、おもいっきり勉強してみませんか？大学を卒業したら仕事はできますし、社会人のサークル活動に参加することもできます。海外旅行だってできます。でもゼミは大学にしかありません。大学ほど勉強できる環境が整ったところも他にありません。

私たちのゼミでは専門書を輪読してディスカッションしたり、学術論文の検討をしたり、インターネット調査や郵送調査を行ったり、実際のデータを専門的な統計分析ソフト(R, SPSS, Amosなど)を使って分析したり、企業見学をしたり、現地調査に行ったりと、とにかくいろいろやっています。そして、これらの学びで培った力をフル活用して卒業研究を行います。私たちのゼミでは大学生活の集大成として卒業研究を位置づけ、論文にまとめています。

ゼミは家族だ！

福島大学では2年半(2年生の後期から卒業まで)にわたってゼミに所属し活動します。でも、2年半だけの付き合いなんてもったいないし、寂しくないですか？私たちのゼミでは、「ゼミの人間関係を一生続けていこう！」と考えています。メーリングリストやゼミHPのゼミ生専用ページで卒業生にも活動を細かく報告し、合宿や飲み会などのイベントはもちろん、普段のゼミまでいつでも卒業生に参加してもらなうことができます(実際にたくさん参加してくれています)。おじいちゃんやおばあちゃんになっても、子どもや孫を連れて気軽に集まってこられるような、そして年齢も性別も国籍も超えていろいろな思いを熱く語り合えるような、そんな「家族」を目指しているのです！



福大で、中村陽人ゼミで、一緒に充実した大学生活を過ごしませんか？