



「楽しい」をカタチに
実践的な商品開発を通じ
理論をしっかり身につける



法政大学

経営学部 市場経営学科

企業の活動にとってきわめて重要なマーケティング、商品企画、マーケティングリサーチ、消費者行動などの理論を学び、さらにビジネスプランや商品企画を実践する。2年生、3年生、4年生が参加する合同ゼミで、4年生のゼミ長を中心に文献の輪読、商品企画のプレゼン、学生間の質疑応答、先生による講評などが行われる。

講義の流れ



URL <http://nyushi.hosei.ac.jp/>
〒102-8160 東京都千代田区富士見2-17-1
法政大学 入学センター
TEL 03-3264-9300

法学部	文学部	経営学部	国際文化学部
人間環境学部	キャリアデザイン学部	デザイン工学部	GIS(グローバル教養)
経済学部	社会学部	現代福祉学部	スポーツ健康学部
情報科学部	理工学部	生命科学部	

point
将来は一流の
マーケターに!

大学は好きなことをとことん突きつめられる場所。ぼくは自分が楽しいと思ったことがカタチになって、人に喜んでもらえる面白さを知りました。将来も多くの人に笑顔を届ける商品を作りたいです。

point
市場経営学科は
ここがおもしろい!

生活とつながった知識を得られるのがこのゼミの魅力です。商品のパッケージも企業が消費者のニーズをふまえて作っていることがわかりました。知識を活かして商品開発できるのも楽しいです。



町田 大河さん
経営学部 市場経営学科4年
東京都 私立 法政大学高校卒



神尾 陽香さん
経営学部 市場経営学科4年
千葉県立 船橋東高校卒

オープンキャンパス情報

- ◆市ヶ谷キャンパス(法・文・経営・国際文化・人間環境・キャリアデザイン・デザイン工・GIS(グローバル教養)・※経済・※社会・※現代福祉・※スポーツ健康学部。※の学部は5日、19日のみ参加)
2018年8月5日(日)、19日(日)、20日(月)
大学説明会、入試制度説明会、学部・学科説明会は事前予約制。予約サイトは7月より入試情報サイトでご案内します。
- ◆多摩キャンパス(経済・社会・現代福祉・スポーツ健康学部)
2018年8月4日(土)、25日(土)
- ◆小金井キャンパス(情報科・理工・生命科学部)
2018年8月4日(土)、25日(土)



私の学食オススメメニュー

かき揚げうどん。ダシがきいていて食欲がな
いとさきさと食べられます。



本日の講義

演習 マーケティング

5.9
(水)
at
市ヶ谷
キャンパス
*
15:00
~
16:40

醍醐味

「楽しい」をカタチにする実践的マーケティングがテーマで、理論と実践の両面からマーケティングを深く学ぶことができる。マーケティング理論専門書の輪読を進めながら、企業への企画提案や商品企画のインテークレーションにも意欲的に取り組む。さまざまな知識や考えがぶつかり合うことが重要で、学生のプレゼンに対しても活発に意見が飛び交う。お互い妥協することなく、高いレベルで切磋琢磨できる雰囲気だ。「こんなゼミがあったら楽しいだろうな、という講義を目指しているんですよ」と西川先生。

4年生が引つ張る 合同ゼミならではの 活気と緊張感

水曜の午後に行われるこの授業は、2、3、4年生の参加する合同ゼミだ。「ぶつう4年生は就活などもあつて、ゼミをやめてしまうことも多いのですが、この演習では4年生がゼミ長を務めて

合同ゼミを引っぱっています。彼らの経験や知識は、2年生、3年生にとって貴重な財産です」と西川先生は語る。また、社会で活躍しているOBの参加も珍しくないという。

この日は第4回目ということで、すでに始動しているビジネスプランコンテストに関するプレゼンが行われた。

知的好奇心を武器に、 実践的マーケティングに挑戦する

こんな学生を
待っています!



先生のご紹介

にしかわ ひでひこ
西川 英彦 先生
同志社大学工学部電子工学科卒業。神戸大学大学院経営学研究科博士課程後期課程修了。商学博士。株式会社ワールドで経営企画などを担当、ムジネット株式会社取締役などをへて、2010年4月より法政大学経営学部・大学院経営学研究科教授。専攻は、マーケティング論、ユーザー・イノベーション論、デジタルマーケティング。主な著書に「ネット・リテラシー：ソーシャルメディア利用の規定因」(共著)など。

これは協賛企業が提示する「テーマ」をもとにプランを立案するもの。3学年混合のグループが「食べるサポートをプロデュース」「ホテルで衣類をレンタルサービス」「生体信号を利用したぬいぐるみ」「カレーの新規事業」「生体信号システムを使った教育補助システム」「とんがりコーンの新たな挑戦」と、い

実践的な企画開発で マーケティング理論を 深く理解する!

次は西川先生からの講評だ。「人が思いつくようなアイデアではだめ」「HPだけでなく新聞や雑誌も使って、協賛企業を調べるように」「その企業の過去の失敗例が大きなヒントになる」など、ビジネスの世界でも実務を重ねてきた先生ならではのアドバイスだ。

ゼミの今後の主な活動としては、3年生が取り組むスカレ(ステューデント・イノベーション・カレッジ)がある。参加企業が出したテーマから学生がもの作りを企画し、企業からの意見を取

り入れながら、マーケティング、開発を行い、選ばれたものが実際に商品化されるという大プロジェクト。実践的マーケティングの実現のために、西川先生が立ち上げたものだ。今年で13年目を迎え、22大学の344名が参加する。西川ゼミでは、過去にいくつもの企画が商品化された実績があり、学生たちのモチベーションも高い。

「マーケティングとは、顧客を深く理解し、新たな価値を提供すること。私自身、この理論を研究していたことが、企業で新規事業を担当する中でとても役に立ちました。このゼミは、実践が中心のように思われますが、実践を通して理論を身につけることを目指しています。勉強もハードなゼミなんですよ」という西川先生の言葉通り、真剣に学問に向き合う学生たちの姿が印象的だ。

法政大学、
こんな大学でした!



「自由を生き抜く実践知」を大学憲章に掲げている法政大学。西川ゼミでは学生たちが関心に意見を交わしながらこの「実践知」を磨いているように思います。キャンパスも明るく清潔で、充実した学びの環境を感じました。