

## 担 当 講 座

テーマNo.1	<b>日常生活を経済活動の視点で捉える</b>
内 容	「最近、コンビニの雑誌コーナーが小さくなった気がする」「ドラッグストアの店内って何であんなに明るいのだろうか？」普段何気なく使っているお店や商品も素朴な疑問がたくさんあるのではないのでしょうか。それこそがまさにマーケティング視点です。コンビニの雑誌コーナーには法律が、ドラッグストアの照明にも法律や生理学が関係しているなど身近な事例をもとに、「マーケティング発想」について学んでいきます。
テーマNo.2	<b>広告から考えるジェンダー・ダイバーシティ</b>
内 容	広告が世間の批判に晒されることは今も昔も変わりませんが、昨今はジェンダーの観点からの炎上がきっかけで広告に注目が集まることが多くなっています。社会問題化した広告表現のどこに問題があるのか、そして多様化社会に求められることとは何かについて、広告事例を通じて考えていきます。
テーマNo.3	<b>実践的マーケティング設計</b>
内 容	デジタルを度外視してのマーケティング設計はあり得ない一方で、WEB広告をはじめデジタル分野における問題が顕在化しているのがいまの時代です。そうしたことを踏まえ、デジタルとアナログを融合させたマーケティングの戦略構築と戦術実践について具体事例を交えて解説していきます。