



なぜ、
あの商品は売れるのか？
あのアーティストは人気があるのか？

なぜ、あの商品は売れないのか？

その理由は マーケティングにある

「売れる、売れない」「選ばれる、選ばれない」「ほしい、ほしくない」「儲かる、儲からない」「好き、キライ」。

マーケティング論では、消費者に選ばれるための考え方、理論を実践的に学びます。欲しいと思う商品、サービス、お店、価値、取り組み等から、いかに商品を創り、お客様の元まで届けるかの仕組みまでが領域です。

地域資源創成学におけるマーケティングは、地域の持つ経済価値（魅力）を発見、開発し、市場（消費者）に伝え、購入してもらうまでを学ぶものになります。

ビジネス・プロデュースの為のマーケティングを学びます。

・ココに注目(実習・研究)

マーケティング論 I
(基礎)

具体的
事例研究

マーケティング論 II
(広告戦略・競争戦略)

地域での
実際の企業実習での
研究・実践

担当教員は、広告代理店、コンテンツ企画・開発、ベンチャー企業経営、企業・事業再生、上場、企業買収・売却、マーケティング・コンサルタントを経て、現在も上場企業グループ、社会的企業の取締役を兼務する実務家教員です。
(2020年4月1日時点)

講義では、地域資源を分析するだけでなく、実際にビジネスとして実行できる実習・研究に取り組んでいます。

イノベーター（革新者）となる
経営マインドを身につけることを目指します。

地域資源を活用した
新しいマーケティング
企画・開発・仕組み化

※宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 統括

取り組んできた事例

(マーケティングを活用し、社会・地域課題解決に取り組む)

「宮崎市の伝統工芸資源を活用した新規事業モデル開発」2016-2017

「宮崎銀行経営課題調査、課題分析に基づくCM企画」2017~2019

「田野町 地域資源を活用した地域収益獲得モデルの調査・企画提案」2017-2019

「宮崎県における若年層の自殺予防のためのコミュニケーションポイント分析及び戦略策定」2017-2018

「宮崎県の観光客の行動、動機分析」2019-2020

「日南市創業支援(ローカルベンチャー プロデューサー)」2016-2019

等、北海道から沖縄まで各地での創業支援、事業開発等