

教授

高橋 幸夫

■ 学歴

1. 2009年京都大学大学院経済学研究科博士後期課程修了

■ 学位

1. 経済学修士（京都大学 2006年）

■ 研究分野

1. マーケティング（広告・ブランド）
2. デザインマネジメント
3. 日中大学におけるキャリア教育

■ 研究キーワード

1. ラグジュアリーブランド
2. 地域におけるマーケティング・コミュニケーション
3. 社会人基礎力・創新創業教育

■ 研究課題

1. マーケティングコミュニケーション活動による大学生のキャリアデザイン力向上についての考察
2. 企業経営におけるデザインマネジメントの有効性についての考察

■ 担当授業科目

1. 初年次セミナーⅠ（前期）必修
2. 専門演習Ⅰ・Ⅱ（前期・後期）必修
3. 卒業研究（前期・後期）必修
4. マーケティング入門（前期）必修
5. 広告宣伝論（前期）選択
6. 消費者行動論（後期）選択
7. イベント・テーマパーク論（後期）選択
8. ブランド戦略論（後期）選択
9. キャリア・デザイン論Ⅰ（後期）選択
10. 地域プロジェクト（後期）選択
11. メディア政策論（前期）選択

■ 授業を行う上で工夫した事項

※ 助教・助手については、実習・演習等の指導を行う上で工夫した事項

1.	<p>授業科目名【卒業研究】</p> <p>大学生生活の最終年の締めくくりとして、卒業論文の執筆指導はもとより、社会人としての心構えやプレゼンテーション能力の向上を目指し外部講師を招いてディスカッションを多用するなどの授業展開とした。</p>
2.	<p>授業科目名【専門演習Ⅰ・Ⅱ】</p> <p>デジタルマーケティングの基本的文献を輪読、毎回PPTによる発表形式の演習とし、学生の論理的思考とプレゼンテーション能力の向上に努めた。</p> <p>社会貢献活動の企画・実施を演習授業に取り入れた。</p> <p>さらには、就活を控える学生に対して、「企業研究」「自己分析」「適職診断」「面接」の指導を行なった。</p>
3.	<p>授業科目名【マーケティング入門】</p> <p>受講者がマーケティングの基本的な概念を理解し、実際の企業活動の中でマーケティングが担う役割を具体例、特に映像を用いて理解できる仕組みを構築した。</p> <p>実用性の高い知識と応用力を身につけるために実務家の講義も実施した。</p>
4.	<p>授業科目名【ブランド戦略論・デザインマネジメント論・広告宣伝論】</p> <p>各科目とも基本理論の習得を基礎に、外部より各領域の専門実務家を招聘し、ワークショップ展開の授業を行なった。これにより履修学生は各科目に対する興味と意欲の向上を目指した。</p>

■ 学会における活動

	加入時期	所属学会等の名称	役職名等（任期）
1.	2005年4月～現在に至る	商品開発・管理学会	
2.	2021年12月～現在に至る	日本比較文化学会	
3.			

■ 研究業績等に関する事項（2024年度）

	発行又は発表の年月	著書、学術論文等の名称	単著・共著の別	発行所、発表雑誌等又は発表学会等の名称	概要
（著書）					
1.					
2.					
3.					
（学術論文）					
1.					
2.					
3.					
（翻訳）					

1.					
2.					
3.					
(学会発表)					
1.					
2.					
3.					

■ 外部資金（科学研究費補助金等）導入状況（本学共同研究費を含む）

(1) 共同研究				
	研究題目	交付団体	研究者 ○代表者（ ）内は学外者	交付決定額 (単位：円)
1.				
2.				
3.				

(2) 個人研究				
	研究題目	交付団体	交付決定額 (単位：円)	備考
1.	北九州市内交流施設におけるコンテンツ企画・開発	旭興産株式会社	2,200,000	
2.	北九州地域活性化活動	旭興産株式会社	1,100,000	
3.				

■ 社会における活動

	任期 期間等	団体・委員会等の名称 (内容)	役職名等
1.			
2.			
3.			

■ 学内における活動等（役職、委員、学生支援など）

	任期 期間等	会議・委員会等の名称 (内容)	役職名等

1.	2018年～2024年	就職委員会	副委員長(2022年～2024年度)
2.	2020年～2024年	情報システム管理運用委員会	
3.	1019年～2024年	学生個人情報保護委員会	