

『慶應マーケティング論究』
第9巻 (Spring, 2013)

目次

巻頭言	iii
目次	v
秋山賢輔「共同購入型クーポン利用の消費者心理」	1
勿本慎弥「無料がもたらす満足と有料がもたらす不満足——プロスペクト理論に基づいて——」	25
川崎実希子「山場 CM に対する視聴者の広告態度」	47
小松千賀「標準製品購経験が次回の製品選択に与える影響——カスタマイゼーションに着目して——」(2012 年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文の拡張版)	63
前田良平「M&A 後の新たな企業ブランドに対する消費者評価」	89
毎川絢子「製品パッケージの効用情報の量および占有面積が消費者心理におよぼす影響——既存製品と新製品の違いに着目して——」	123
水田弥英「クチコミの発信者との社会的距離が受信者のクチコミ受容に及ぼす影響」	159
朴 甫涇「福袋購買における消費者の心理メカニズム——商品情報の公開度に着目して——」	185
猿渡裕也「小売店舗における店頭 POP 広告の有効性——POP 広告の内容に着目して——」	219
島崎啓介「過去の購買に対する解釈レベルの変化」	249
菅原 暉「e クチコミのプラットフォームにおける受信者の 2 段階情報処理」	269
菅原隆史「解釈レベル理論の精緻化——遠・中・近 3 段階の心理的距離——」	293

高木玲子「期間限定パッケージの有効性——アニメ・キャラクターとのコラボレーションに着目して——」	339
竹内亮介「広告表現手がかりの弁別性——競争的広告効果に対する抑制力の検討——」(2012年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文)	375
戸羽智美「自社製品間の比較広告——消費者の購買意図形成に及ぼす影響——」(2012年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文)	435
渡邊光平「正規製品と偽物製品の間における知覚品質規定要因の差異」	457
山口健人「広告エンドーサの変更がブランド態度に及ぼす影響」(2012年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文)	479
関東十ゼミ討論会担当三田祭研究プロジェクトチーム「模倣品購買経験者の正規品購買行動」(関東十ゼミ討論会最優秀賞・同討論会論文賞・2011年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文)	517
四分野インゼミ研究報告会担当三田祭研究プロジェクトチーム「ホビー製品購買を巡る社会的相互作用」	543
マーケティング・ゼミ合同研究報告会担当三田祭研究プロジェクトチーム「解釈レベル理論に対する2通りの解釈——便益-属性型解釈と属性-属性型解釈——」	585
英語論文執筆プロジェクトチーム “Impacts of Efforts and Outcomes on Self-gifting Behavior”	641
勿本慎弥・渡邊光平・高木玲子「偽物製品購買経験者の正規製品購買行動」(2011年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文・『三田商学研究学生論文集 2011年度号』(2012年3月)掲載版)	667
小松千賀「標準製品購買後のカスタマイズ製品購買意図——満足・不満足に着目して——」(2012年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文・『三田商学研究学生論文集 2012年度号』(2013年3月)掲載版)	685
竹内亮介「広告表現手がかりの弁別性——競争的広告効果に対する抑制力の検討——」(2012年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文・『三田商学研究学生論文集 2012年度号』(2013年3月)掲載版)	707
戸羽智美「自社製品間の比較広告——消費者の購買意図形成に及ぼす影響——」(2012年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文・『三田商学研究学生論文集 2012年度号』(2013年3月)掲載版)	721

山口健人「広告エンドーサの変更がブランド態度に及ぼす影響」(2012年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文・『三田商学研究学生論文集 2012年度号』(2013年3月)掲載版)	739
前田良平・朴 甫涇・猿渡裕也・山口健人・清水 鈴・小野晃典先生 “Impacts of Efforts and Outcomes on Self-gifting Behavior” (KSMS・JSMD等共催「2012 Global Marketing Conference」にて学会発表, <i>Proceedings</i> 掲載版要旨)	755
小野晃典先生・前田良平・朴 甫涇・猿渡裕也・山口健人・清水 鈴 “Impacts of Efforts and Outcomes on Self-gifting Behavior in Goal-achievement Contexts” (Keio/Kyoto Global COE Discussion Paper Series, DP2012-013 掲載版)	757
小野晃典先生・前田良平・朴 甫涇・猿渡裕也・山口健人・清水 鈴 “Gift to Me from Me as a Reward or Therapy” (「2013 AMA Winter Educators' Conference」にて学会発表, <i>Proceedings</i> 掲載版要旨)	777
小野晃典先生・菅原隆史・島崎啓介・川崎実希子・水田弥英・菅原 暉 「マーケティング論における解釈レベルに対する3通りの解釈(上)——製品評価時点と製品購買時点の時間的距離——」(慶應義塾大学大学院経済学研究科・商学研究科・京都大学経済研究所連携グローバル COE・KUMQRP ディスカッションペーパーシリーズ, DP2012-036 掲載版)	779
小野晃典先生・水田弥英 「マーケティング論における解釈レベルに対する3通りの解釈(下)——口コミ発信者と口コミ受信者の社会的距離——」(慶應義塾大学大学院経済学研究科・商学研究科・京都大学経済研究所連携グローバル COE・KUMQRP ディスカッションペーパーシリーズ, DP2012-037 掲載版)	815
竹内亮介・小野晃典先生 “Distinctiveness of Advertising Executional Cues as a Moderator of the Competitive Advertising Interference” (「European Marketing Academy 2013」にて学会発表予定)	837
島崎啓介・勿本慎弥・山口健人・秋山賢輔・菅原隆史・川崎実希子 「任天堂の受難」(2012年夏合宿ケース資料)	845
川崎実希子・水田弥英・朴 甫涇・清水 鈴 “Turning Japanese Moms Beautiful ——日本のママをキレイに——” (神戸外大マーケティング・コンテスト 2011 入賞ビジネスプラン)	865

全先伸一（第10期生）・石井隆太（第10期生）・ダーリン イェン オード（第10期聴講生）・水田弥英 “How to Win Over Girl’s Heart”（神戸外大マーケティング・コンテスト 2012 準優勝ビジネスプラン）	871
2011年度関西大学ビジネスプラン・コンペティション KUBIC 投稿プラン集	877