

『慶應マーケティング論究』
第15巻 (Spring, 2019)

目次

巻頭言	iii
目次	v
合場将貴「消費者による新製品採用に対する自己観の影響」(2018年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文)	1
福田笙一「買物同伴者に対する消費者の製品選択委任行動——制御焦点理論に着目して——」	31
穂莉華子「食べ放題は食べすぎを引き起こすのか——自己卑下的帰属傾向を考慮して——」	59
市川哲也「社会的排除を受けた消費者の社会的安全欲求に製品擬人化行動が及ぼす影響——2つのタイプの製品擬人化行動に着目して——」	79
野口裕貴「健康訴求がもたらす目標コンフリクトが不健康な食品の消費に与える影響——制御焦点理論に基づく再検討——」	95
竹田光志「社会的混雑がブランド・アタッチメントに与える影響——2つの異なる社会的混雑に着目して——」(2018年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文)	115
手束健人「目標達成補助サービスにおけるコミュニケーション——目標達成予定日 vs. 目標達成期間——」	143
慶應義塾大学商学部マーケティング・ゼミ合同研究報告会 並びに関東学生マーケティング大会担当三田祭論文プロジェクト・チーム「有名ブランドに対する消費者選好——暗黙の知能観に着目して——」	171
慶應義塾大学商学部四分野インゼミ研究報告会担当三田祭論文プロジェクト・チーム『しもべ型ブランド』対『あるじ型ブランド』——物質主義者はどちらを好むか?——」	205

慶應義塾大学商学部四分野インゼミ研究報告会担当三田祭論文プロジェクト・チーム “Three Kinds of Anthropomorphized Brands and Consumer Preference: Mediating Effect of Instrumental and Terminal Materialism”	261
小野晃典先生・合場将貴・竹田光志・穂苺華子・市川哲也 “Three Kinds of Anthropomorphized Brands and Consumer Preference: Mediating Effect of Instrumental and Terminal Materialism” (GAMMA Global Marketing Conference 2018 にて学会発表)	267
合場将貴 「消費者による新製品採用に対する自己観の影響」(2018 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 2018 年度号』(2019 年 3 月) 掲載決定論文)	277
竹田光志 「顧客密度と商品密度がブランド・アタッチメントに与える影響」(2018 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 2018 年度号』(2019 年 3 月) 掲載決定論文)	295
2017 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	317
合場将貴・穂苺華子 “Meet the Married Couple as a Promotion of Wedding Celebration” (神戸外大マーケティング・コンテスト 2017 入選)	321
北澤涼平 (第 16 期生)・平間遥絵 (第 16 期生)・土谷 鈴 (第 16 期生)・合場将貴 “TDF for New Employee”(神戸外大マーケティング・コンテスト 2018 入選)	325