

展示紹介

マーケティングの新潮流

当ゼミは、①関東十ゼミ討論会、②商学部異分野インゼミ報告会、③マーケティング・ゼミ合同報告会にて口頭発表される3つの研究の概要を、三日祭にて先行展示します。どの研究も新潮流を切り開く先進の実践的テーマと高度な学術的アプローチを両立させた秀作です。ぜひお越しください！

①「消費者の再訪問を促す企業ウェブサイトの諸要因」(仮題)

他メディアによる「続きはウェブで」広告の普及にも見られるとおり、ウェブ戦略の重要性が高まっています。けれども誘引した消費者が再び訪問してくれるとは限りません。どんな要因が再訪問を促進／阻害するのでしょうか。製品再購買規定因モデルを援用し、独自のモデルを構築します。

②「ローカル商品開発におけるナショナル・ファクターの有効性」(仮題)

観光客向け土産品の中でご当地キティやご当地ポッキーのような商品が売られています。全国規模のメーカーによって開発された商品が、現地メーカーによる商品よりも当地の土産品として好まれてしまう現象はなぜ生じるのでしょうか。観光客の土産品購買意図形成メカニズムを追究します。

③「格付けが購買意図に与える影響」(仮題)

「日本全国ラーメンランキング」「ミシュラン東京」のような製品に対する多様な格付けが消費者に提供されています。購買意図の形成に対して、どのような格付けがどのような影響を与えているのでしょうか。格付けの属性を識別し、それらが購買に影響するプロセスをモデル化します。

研究会紹介

2001年創設、昨年再開の当ゼミには、第5期生(3年生)21名(うち女子6名、他学部生1名)が在籍しています。若いゼミながら、指導教授とゼミ生の熱意と努力に裏打ちされた豊富な対外活動、高度な研究成果、輝かしい受賞歴を誇ります。課外活動も盛んですし、充実したウェブサイトも必見です。ぜひご参照ください。<http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>