

**展示紹介****マーケティングの新潮流**

当研究会は、①関東十ゼミ討論会、②商学部異分野インゼミ研究報告会、③マーケティング・ゼミ合同研究報告会の3つの舞台で発表される研究と、④海外ジャーナルへ投稿する論文の概要を三田祭にて先行展示します。どの研究も新潮流と呼ぶにふさわしいテーマとアプローチを誇っています。

**①「消費者心理から見る中古品の有効性～製品間差異に着目して～」**

新品を選好する消費者がいる一方、中古品を選好する消費者もいます。本研究は、中古車、古着、古本、Used CDなどの様々な中古品を選好する消費者の心理メカニズムを分析し、製品間の異同を探究します。

**②「広告音楽がブランドに対する態度に及ぼす影響」**

有名アーティストのタイアップ曲や、思わず口ずさむ印象的なCMソングなどの広告音楽は、消費者のブランド態度の形成にどのような影響を及ぼすのでしょうか。そのメカニズムを描いた独自のモデルを構築します。

**③「タイムセール品の消費者購買意思決定プロセス」**

時間を制限して値引きを行う「タイムセール」という販促戦略は、はたして本当に自社製品の購買を促進するのでしょうか。タイムセール時と平時の購買意思決定結果の異同を検討すべく、意思決定プロセスを解明します。

**④「Does Negative e-WOM Affect Consumer Attitude Negatively or Positively?」**

一般に、ある製品に対して否定的なクチコミが生じると、その製品の購買は阻害されると言われますが、はたして本当でしょうか。本研究では、購買が阻害されなかったり、逆に促進されたりする現象を模索します。

**研究会紹介**

当研究会は、第6期生(4年生)17名、第7期生(3年生)18名が在籍しています。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。充実したウェブサイトもぜひご参照ください。<http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>