

展示紹介

マーケティングの新潮流

当研究会は、①マーケティング・ゼミ合同研究報告会、②商学部四分野インゼミ研究報告会、③関東学生マーケティング大会の3つの舞台で発表される研究の概要を三田祭にて展示します。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ので、是非お越しくください。

①「Web サイト上における広告忌避の規定要因」

Web サイト上における個人化広告が成長領域として注目されている反面、それに対する消費者の反応は必ずしも望ましいものではありません。本論は、Web サイト上における個人化広告の忌避規定要因を明らかにしていきます。

②「ワケあり商品の購買意図」

値引きは価格知覚を下げるため、知覚品質も下げると考えられています。しかし、ワケあり商品は欠陥部分を明記した上で値引きするため、値引きが知覚品質を下げる働きを緩衝するかもしれません。本論は、そのような緩衝効果に着目した、ワケあり商品購買意図の規定要因モデルを構築し、実証します。

③「セールス・プロモーションのゲーミフィケーション ～フロー理論に着目して～」

昨今、セールス・プロモーションのゲーミフィケーションが用いられています。しかし、そのメカニズムについてはいまだ解明されていません。そこで本論は、セールス・プロモーションのゲーミフィケーションのメカニズム解明を目的とし、フロー理論に着目して示唆を与えていきます。

研究会紹介

当研究会は、大学院生8名、第10期生20名、第11期生15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是非ご参照ください。

<http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>