

『慶應マーケティング論究』
第3巻 (Spring, 2005)

目次

巻頭言	ii
目次	v
舟木祐子「ユーザー登場型広告の消費者行動への影響とそのメカニズム」	1
五味理央「偽物商品購買における消費者の心理メカニズム」	35
服部敬美「他者の存在が消費者の空間選択行動に及ぼす影響」	67
亀井寿宏「商品ランク付けが消費者情報処理に与える影響」	91
小林恵子「購買機会損失発生後の消費者行動メカニズム」	115
小出摩美「製品の普及測度とブランド力の関係性」	151
熊谷 元「複数財の価格が消費者心理に与える影響」	173
丸山紗希「外部探索におけるインターネット上のサイト閲覧意図」	241
森本太郎「理想自己現実性とブランド選好——理想自己と現実自己の乖離に着目して——」	273
森岡耕作「購買経験に基づく事前知識と外部情報探索——購買関与の差異に着目して——」	307
中村満隆「低関与購買とブランド・ロイヤルティ」	343
恩田早也香「出版物購買における消費者心理メカニズム——立ち読み行動に着目して——」	369
鈴木政紀「消費者購買行動における人的影響」	395
高木研太郎「非計画購買における規定要因の解明」	427

高橋尚哉「購買行動後における認知的不協和低減が消費者態度に及ぼす効果」	561
田中成幸「多品種購買意思決定の相互作用——買い揃え行動のシミュレーション——」	615
津田宗昭「広告間相互作用——複数広告露出時における消費者の注目・理解——」	641
渡部紗弥香「シリーズ型広告接触時における消費者の心理メカニズム」	655
矢野佳美「青年期の購買行動における準拠集団からの影響」	685
横山 嵩「ブランド力が消費者の態度形成に与える影響」	729
小野晃典研究会第3期広告研究プロジェクト・チーム「広告集積地における広告間相互作用 ——消費者の認知プロセスに注目して——」	757
小野晃典研究会第3期新製品研究プロジェクト・チーム 「ブランド拡張の有効性——ブランド拡張の消費者購買意思決定への影響——」	801
小野晃典研究会第3期流通研究プロジェクト・チーム 「製造業者の流通戦略が及ぼすブランド・エクイティ構築への影響」	901
小野晃典研究会第3期電通論文プロジェクト・チーム「多メディア時代における地域に密着した広告とは」 (2003年度学生広告論文電通賞大学生グループの部第1位受賞論文)	977
森本太郎・小林恵子・服部敬美「広告集積地における広告間相互作用——広告認知メカニズムの構造方程 式モデリング——」(2004年度 SPSS Open House 研究奨励賞ポスターセッション参加論文)	1017
森本太郎「時代の変化の中で見た「今」の広告」 (2004年度学生広告論文電通賞大学生個人の部)	1027
小野晃典研究会第3期有志「HDD 駆動型次世代携帯音楽プレーヤ : VAIO vs Walkman」 (2004年夏合宿ケース資料)	1039