

展示紹介

マーケティングの新潮流

当研究会は、 関東十ゼミ討論会、 商学部異分野インゼミ研究報告会、 マーケティング・ゼミ合同研究報告会という3つの舞台で口頭発表される3つの研究の概要を、三田祭にて先行展示します。どの研究も新潮流にふさわしいテーマとアプローチを誇っています。ぜひお越しください！

「復刻製品戦略の有効性」～消費者は本当に“リバイバル”を望んでいるのか～

復刻版を謳う商品を目にしたことはありませんか？復刻製品戦略は製品開発コスト面で企業側に有効な戦略ですが、本当に消費者は復刻製品を購入するのでしょうか。どのような復刻製品戦略が消費者に有効か、独自のモデルで追究します。

「消費者のブラウジング行動規定要因分析」

近年各地のアウトレット・モールは多くの消費者で賑わっています。彼らはなぜ都市近郊の正規店ではなく、郊外のアウトレット・モールを訪れるのでしょうか。独自の概念モデルを構築したうえで、消費者のアウトレット・モール訪問要因を解明します。

「エンドーサーが消費者購買意図に及ぼす影響の差異」～広告に対する態度に着目して～

近年ではキャラクターを用いた広告が増えています。なぜ広告主は人ではなく、キャラクターを広告に起用するのでしょうか。どのようなキャラクターが効果的なのでしょうか。独自の概念モデルを構築し、その原因となる要因を解明します。

研究会紹介

2001年創設、昨年再開の当ゼミには、第5期生(4年生) 21名、第6期生(3年生)19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。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/>