

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ので、皆様ぜひお越しください。

①「サービス・リカバリー満足の規定要因 —リレーションシップに着目して」

サービス提供者が犯す失敗は、リカバリーを通じてむしろ顧客満足を高めることができると言われますが、それは顧客によって異なるのではないのでしょうか。本論は関係性の強弱に着目してその影響を明らかにします。

②「eクチコミ情報の消費者受容に対するプラットフォームの影響」

同じ内容のeクチコミでも、「価格.com」と「2ch」で読み手が採用したいと思う気持ちが異なるとしたら、それはなぜでしょうか。本論はeクチコミが投稿されるプラットフォームの信頼性に焦点を合わせて分析します。

③「消費者のブラウジング行動意図規定要因

—実店舗とオンラインショップの環境の異同に着目して」

実店舗のウィンドウショッピングとオンラインショップのブラウジングは買う気がないのに店舗を訪問する点で似ているが、訪問動機は同じでしょうか。本論はオフラインとオンラインの訪問動機の異同を探究します。

研究会紹介

当研究会は、第7期生(4年生)18名、第8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/>