

マーケティングの新潮流 2018

ONOSEMINER'S 16

マスカスタマイゼーションにおけるジルト効果
—魅力的な商品を諦めた消費者のブランドスイッチ—

広告集積における消費者の反応
—視覚的複雑性に着目して—



南校舎 ROOM 442