

○商学研究科 商学専攻

2021年度春学期

- ・ 日本企業におけるBeneish M-Scoreモデルの有効性の検証

2021年度秋学期

- ・ チャネル統合がオムニチャネルの利用意図に与える影響：TAMモデルに基づく実証分析
- ・ 企業会計と税務会計の相互関連性
- ・ 日本語学校における価値共創が学生の満足度及びパフォーマンスに及ぼす影響に関する実証研究
- ・ サードパーティーロジスティクス業界における持続的競争優位性のメカニズムと構築プロセスの考察—ハマキョウレックスの事例を中心として—
- ・ 中国におけるマテリアルフローコスト会計の現状と課題
- ・ インフルエンサーの発信と消費者との心理的距離が製品の購買意図に及ぼす影響
- ・ CSR活動が従業員に及ぼす影響とそのメカニズムに関する研究
- ・ オムニチャネル行動の違いとソーシャルメディアとの繋がりがモバイル・エンゲージメントに与える影響

2022年度春学期

修了者なし

2022年度秋学期

- ・ ネットワーク効果が働くモバイルメッセンジャー市場における国際化の成功と失敗—LINEとKAKAOトークの事例を中心に
- ・ パーソナライズ広告の有効性：プライバシーコントロールの調節効果
- ・ 動画ブロガーと消費者とのPSI理論を通じたブランド・リレーションシップの構築—ビューティー・ブランドを中心に—
- ・ 日本のセーフティーネット制度に関する実証分析—「生活困窮者自立支援法」に着目して—
- ・ 会計規制研究の再検討—費用便益分析に資する実験研究の実施に向けて—
- ・ 各国の特性がオムニチャネルの形態に与える影響について
- ・ アパレル業界におけるD2Cビジネスモデル成功要因について
- ・ 視覚的手がかりのeWOMが消費者の知覚有用性に与える影響—制御焦点理論に基づいて—
- ・ ゲーミフィケーションがブランドロイヤリティに与える影響：ブランド・エクスペリエンスとフローの媒介効果に注目して
- ・ 「リーダーシップ」と社会文化的文脈——オーセンティック・リーダーシップ概念を中心にして——

- ・ 化粧品のパイプラインと小紅書の関係性について
- ・ ジョイントベンチャーにおける知識統合としての製品開発力の展開－NMKVの事例を中心に－
- ・ 日本の会計制度における利益概念
- ・ 日本の新リース会計基準策定のあり方
- ・ 訪日経験がEコマースの観光土産の購買行動に与える影響について－中国観光客を研究対象に－
- ・ 出稿コストを考慮した雑誌広告の出稿最適化
- ・ マネジメント・コントロールと組織文化の関係に関する考察