経営学研究科　2018年度　修士論文タイトル一覧

専攻	論文題名
経営学専攻	The Cultural Influence on International Advertising. A Case Study of Apple Inc.
経営学専攻	ダイバーシティ・マネジメントとプロダクト・イノベーション－製品開発における女性活躍がもたらす効果－
経営学専攻	中国小売市場における無印良品の発展に関する分析
経営学専攻	中日合弁企業における末位淘汰制度に関する一考察－海信日立の事例を中心に－
経営学専攻	中国における船員の賃金制度に関する研究―中国船舶会社の事例を通して―
経営学専攻	中国の国際会計基準のコンバージェンス－財務諸表の表示－
経営学専攻	ものづくり中小企業のイノベーションとネットワーク特性について－都市型複合産業集積を中心に－
経営学専攻	組織変革と組織文化
経営学専攻	法人税法22条4項「一般に公正妥当と認められる会計処理の基準」の意義に関する一考察
経営学専攻	鉄道事業者の多角化戦略
経営学専攻	企業ロゴフォントが消費者に与えるブランド・イメージへの影響
経営学専攻	固定収益会計による予算管理が部署間調整に与える影響-Aホテルにおけるインタビュー調査とアンケート調査を用いて-
経営学専攻	フランスの上級ホワイトカラー・カードルに関する研究－労働時間管理を中心に－
経営学専攻	中国における女性管理職の登用に関する一考察一海信日立の事例を中心に一
経営学専攻	リース取引における貸手の会計処理－日本のリース会社における収益性分析を用いた日本基準の動向－
経営学専攻	租税回避行為に対する否認規定の適用解釈と展望－法人税法132条及び132条の2を中心として－
経営学専攻	デット・エクイティ・スワップ（Debt Equity Swap）の課税関係－債務消滅益課税を中心として－
経営学専攻	顧客志向とマネジメント・コントロール・システム－ホスピタリティ産業をリサーチサイトとして－
経営学専攻	経営者のナラティブ・リーダーシップに関する一考察－小米科技社を事例として－
経営学専攻	経営組織におけるエンパワーメント概念の再考察－クリティカルな視点を中心として－
経営学専攻	ダイバーシティと組織ルーティンの内生的変化
経営学専攻	中国消費者のブランド選択に関する一考察－スニーカーの購買実態に基づいて－
経営学専攻	化粧品に関する購買行動の分析
経営学専攻	中国製造企業における研究開発者のキャリア開発に関する一研究　－ 日中製造企業の事例比較分析を中心に －
経営学専攻	「中国製造2025」の発展ルートに関する一考察 －ハイセンスグループを例として－
経営学専攻	Specifics and Challenges of Kazakhstan's Restaurant Industry Development in Transition

経営学研究科　2018年度　修士論文タイトル一覧

経営学専攻	中国女性のワーク・ファミリー・コンフリクトの一考察－国の人口政策と企業制度の間にいる女性の視点から－
経営学専攻	無形資産情報開示の方向性
経営学専攻	介護施設に勤務する職員の職務満足度調査
経営学専攻	テレワーカーの実態とその労働者性
経営学専攻	THE ROLE OF EMOTIONAL AND CULTURAL INTELLIGENCE IN CROSS-CULTURAL ADJUSTMENT: A CASE STUDY OF JAPANESE EXPATRIATES IN MALAYSIA
経営学専攻	Transformational, Transactional, and Laissez-Faire Leadership Style and Employee Work Engagement: Empirical Evidence from Malaysian Public Sector Employees
経営学専攻	在中日系企業の改善に関する一考察－ハイセンス日立の事例を中心に－
経営学専攻	中小エステティックサロンのインターネット利活用の一考察－ エステティックサロン利用者の消費者行動を中心に －
経営学専攻	中小建設会社における経営管理の課題と改善策
経営学専攻	介護ビジネス化の人事管理
経営学専攻	茨城県の中小企業における人材不足の一考察　－ 採用と定着を中心に －
経営学専攻	大企業人事部の役割に関する一考察 – A社人事部をケースとして –
経営学専攻	介護施設における賃金制度の一考察－賃金制度の機能不全を中心として－
経営学専攻	“個人単位のカイゼン”に関する研究－中小製造企業におけるオープンブック・マネジメントの導入－
経営学専攻	グローバル企業における個人データ等に対する活用と保護のあり方 －　EU一般データ保護規則の施行を契機として　－
経営学専攻	Influence of motivation and social media on purchase intention: evidence from sports shoes market in Uzbekistan