

## 商学研究科 2019年度 修士論文タイトル一覧

No.	タイトル
1	中国における企業倫理の制度化の現状と課題－日本との比較を通じて－
2	経済活動が人々の精神に及ぼした影響について－戦後から今日までの日本社会を中心に－
3	ブランドエイジング及びその対策
4	中国と日本におけるベンチャー企業の現状と課題
5	地域産業の発展と競争力－中国景徳鎮市と日本有田産地の比較－
6	中国小売チェーンの全国展開における理論的課題
7	アプリにおけるサービス・エンカウンター満足度に関する研究
8	商店街を活性化させる最適な地域ネットワークの構築に関する一考察
9	EC市場における購買行動に対する知覚リスクの影響について日中国における化粧品と本の購買行動を比較して－
10	インターネット・クチコミが購買意欲に及ぼす影響に関する研究 －中国消費者が日本化粧品を購入する場合－
11	ビジネスにおけるブランド・イメージ変更の困難性に関する基本的研究
12	電鉄企業の価値創造に関する戦略特質とその課題－東急の事例を中心として－
13	Amazon.comのビジネス戦略の特質とその課題に関する基本的研究 －特に人工知能技術の利用とその成果に関わる視点を中心として－
14	SNSの普及と広告戦略に関する基本的研究－ネット社会におけるマーケティング手法の新展開－
15	S-Dロジックにおけるオムニチャネル小売業の価値共創
16	IT業界における価値共創に関する考察
17	価値共創におけるプラットフォーム・ビジネスの有用性
18	消費者によるモバイルクーポンの利用意図の実証分析 －知覚価値に基づく技術受容モデルからのアプローチ－
19	価値共創における顧客参加に影響を及ぼす要因の考察 －シャオミ携帯電話のユーザーの使用状況を中心に－
20	SNSコミュニティにおけるユーザーの衝動購買意欲とその影響要因に関する実証的研究 －「小紅書」を例として－
21	消費者のバーチャルCSRダイアログへの参加に影響する要因に関する研究日「アント・フォレスト」の事例を通じて－
22	日本企業におけるダイバーシティ・マネジメントの意義と課題日日本企業で働く中国人社員の視点から－
23	日本医療機器産業の競争力－医療機器企業の発展プロセスを軸に－
24	日本における女性の職場進出問題に関する研究
25	日本と中国におけるランク・ヒエラルキーと昇進の主観的価値に関する研究
26	中国におけるのれん会計制度の現状に関する考察－免税合併と課税合併を中心として－
27	わが国におけるリース会計制度の役割
28	M&Aにおけるマネジメント・コントロールの考察
29	不動産大企業の経営分析と都市の開発
30	新リース会計基準の改訂が企業損益に与える影響日国際会計基準、日本基準と中国基準との比較を中心－
31	中国におけるP2P金融に関する研究
32	現代ストリートウェアの現状と理論化の方向性－ハイエンド・ストリートウェアを中心に－
33	中国における高級化粧品購買行動と面子消費に関する研究
34	日系小売業の中国進出における地域別戦略についての考察
35	多国籍企業の競争戦略における相互作用