

商学研究科 2020年度 修士論文タイトル一覧

No.	タイトル
1	SNS で個人情報提示する意図の影響要因の研究 —TPB 理論とプライバシー計算論に基づく考察—
2	なぜ英国はBREXIT を選択したのか？ —英国離脱の背景としての分断・ポピュリズム(EU の問題点を中心に)—
3	平成の市町村合併がもたらした地方財政への影響 —財政力、負担、並びに、受益からの考察—
4	飲食業界におけるサービス・ブランディングの研究 —外食レストランチェーン店「海底撈」を調査対象として—
5	ブランド・コミュニティにおけるプラットフォームの構築とその関係性について
6	マーケティング戦略論の新展開に関する課題と展望 —特にシェアリング・エコノミー問題を中心として—
7	インターネットにおける非計画購買に関する研究 —特に非計画購買の中の衝動購買の研究を中心として—
8	日中ネット通販市場における価値共創の役割 —消費者の購買過程における経験価値の創造に関する—考察—
9	ダイナミック・ケイパビリティのアプローチの理論的課題 —任天堂の競争プロセス分析からの示唆—
10	インフルエンサーによるライブコマースが顧客の購買行動に及ぼす影響 —ライブコマースに対する顧客の信頼感を中心に—
11	フリーミアム・モデルにおけるプレミアム・バージョンに対する支払意図の考察 —SaaS 型デジタル動画配信サービスを調査対象として—
12	アプリ内広告とアプリとの知覚関係性が顧客態度に与える影響 —信頼感とブランド熟知性を調節変数として—
13	中国と日本におけるプラットフォーム・ビジネスの展開と課題 —オンライン旅行業界の中日比較を通じて—
14	戦略的CSRに関する日本企業と中国企業の比較研究 —共通の社会的課題への取り組みに関する提携の可能性—
15	日本におけるワーク・ライフ・バランスに関する考察
16	日本の労働市場における雇用形態の二極化について —公企業に見る非正規雇用の諸問題—
17	日本企業における人材グローバル化戦略
18	日本における高齢者雇用の変遷と課題
19	中国における日系企業の環境経営に関する研究 —ものづくり日系企業を中心として—
20	多国籍企業のCSR —中国における日系多国籍企業の事例から—
21	日本におけるCSRの展開と現状に関する考察 —企業倫理教育にも関連させて—
22	エージェントベースモデリングを用いたキャッシュレス決済の普及プロセスに関する研究
23	音楽チケット販売ビジネスの顧客データを用いたソーシャルCRMの効果に関する研究
24	消費者参加型タレント発掘システムに関する研究 —東アジアにおけるPRODUCE101 シリーズの展開—
25	中国におけるフィンテックが個人の金融取引に与えた影響に関する研究
26	インターネット企業の金融ビジネス進出における優位性についての考察 —アント・フィナンシャル・グループのケーススタディー—
27	ヨーロッパにおける亀裂 —移民・難民問題で揺れるヨーロッパ—
28	メキシコの労働市場構造の歪みをもたらす経済への影響
29	中国の対外直接投資に関する研究 —対先進国と対途上国の比較を中心—

以上