

商学研究科 2024年度 修士論文タイトル一覧

No.	論文題名
1	新規高卒就職者の就職慣行と都道府県間移動の決定要因
2	計量経済分析による雇用格差の考察
3	日本アパレル企業のオムニチャネル戦略： —スタッフスタイリングにおける購買意図と来店意図に対する影響要因—
4	オムニチャネル小売業における顧客エンゲージメントの研究
5	顕著なプロダクトプレイスメントの影響について —TikTokを例として—
6	インフィード動画広告のサムネイルの対比デザインが広告視聴意図に与える影響
7	成分ブランディングにおける不祥事の波及効果及びC S Rの調節効果
8	ゲーム配信者の案件配信が視聴者のゲーム購買意欲に与える影響
9	私的空間で使用する高付加価値商品に関わる同調性消費の発生メカニズム
10	ブランド選択における他者志向的な経験価値が消費者行動に与える影響
11	オンライン・ブランドコミュニティの同一化に関する実証的研究
12	中国ライブコマースにおけるインフルエンサー類型と成功要因の分析： Douyinを事例とした実証研究
13	日本市場におけるカラーコンタクトレンズの顧客レビューに関するテキスト分析
14	中小会計と親族内承継のあり方について —会計情報と中小金融の関係を中心として—
15	わが国の企業会計と会計利益の複線化について
16	企業の非財務開示制度に対する会計専門家の関与に関する一考察
17	日本株式市場におけるESG評価による株式のリスクに対する予測可能性 —「社会(S)」に関する格付けと株式ボラティリティの関係についての事実確認—
18	日本の少子高齢化対策としての外国人労働者受け入れについて—ベトナム人移民に注目して—

以 上