

2024年3月修了生 修士論文題目一覧

専修名	研究指導名	主査	主題
経営専修	経営戦略	坂野 友昭	オープンイノベーションにおける知識吸収と流出の補完性の再探索 ～中国企業のデータを用いたレプリケーション研究～
			中国上場企業におけるESG経営が財務パフォーマンスに与える影響 ～利益調整を媒介変数として～
			CEOのナルシシズムが企業の戦略的な調整に与える影響 ～環境の不確実性の調整効果～
	組織・戦略	藤田 誠	柔軟な働き方がバーンアウトに及ぼす影響 ～組織コミットメントによる媒介効果～
	企業社会論	谷本 寛治	日本における人権開示の全体像と決定要因 ～プライム市場上場企業に対する分析～
	経営戦略	山野井 順一	Competitive Dynamics in Platform Markets
	チーム・リーダーシップ	村瀬 俊朗	Creative Mind in the Digital Era: Exploring the Influence of ChatGPT and Google on Information Processing and Creativity
マーケティング・国際ビジネス専修	マーケティング・サイエンス	守口 剛	仕事と家庭の葛藤を介した仕事負荷が離職意図に与える影響 ー認知された組織的支援を調整変数としてー
			職場の楽しさが職務満足度を介して離職意欲に及ぼす影響 ー外向的性格に着目してー
			広告の彩度と製品スタイルの一致が消費者の態度に与える影響 ～消費者の納得感を媒介変数として～
	広告理論	嶋村 和恵	ポイントサービスに対する知覚価値の研究 ～解釈レベルとフレーミング効果の交互作用～
			ブランドの擬人化が消費者のブランド態度に及ぼす影響について ～自己観の相違を中心に～
			アドバゲームがブランドと消費者の関係性に与える影響 ～ブランド・エンゲージメントの視点から
			ブランドイメージとカテゴリーの不一致がコブランディングに及ぼす影響 ～スキーマ不一致理論と最適刺激水準理論に基づく検討～
金融・保険専修	ファイナンス理論	谷川 寧彦	ソフトセルアピール・ハードセルアピール間における消費者の広告認知、購買意図の差異に関する研究
	企業金融	広田 真一	広告におけるアニメキャラクターがブランド認知に与える影響 ー意味移転モデルを利用してー
会計専修	財務報告	山内 暁	SNS上のパーソナライズ広告: 知覚関連性と 知覚侵入性が広告態度に与える影響 ～インスタグラムを例として～
	会計と公共政策	スズキ トモ	DX銘柄の選定効果について ～イベントスタディとDoubly Robust法を用いる分析～
理論・計量専修	企業経済学	久保 克行	環境規制が企業の技術革新と業績に与える効果
	応用マイクロ計量	片山 東	人的資本の開示に係る会計学的考察 ーコストアプローチによる人的資本測定を試みを手掛かりとしてー