

## マーケティング・マネジメント

外川 拓 准教授

### 1. 担当教員の専門分野(研究領域)・現在の研究テーマ

専門分野はマーケティング論です。特に、ブランド要素を通じた感覚的経験が、当該ブランドや製品に対する消費者の知覚、評価、行動にどのような影響を及ぼすのかについて研究しています。主に使用している研究手法は実験です。最近では、仮想シナリオを使用したオンライン実験だけでなく、クリックや購買など、現実の行動反応が観察可能なフィールド実験にも積極的に取り組んでいます。

### 2. 指導方針

修士課程の前半では、日ごろの経験や身近な現象の気づきから、自身の問題意識や関心を明確化し、研究テーマを決定してもらいます。そのうえで、関連する先行研究をレビューし、リサーチ・ギャップを特定します。修士課程の後半では、自身が構築した仮説を実験でテストし、分析結果を報告します。並行して修士論文の執筆も進めてもらいます。

### 3. 学生に対する要望・その他

修士課程の2年間は、あっという間に過ぎていきます。修了後の進路を見据えて、必要なことを能動的に見つけ、計画的に取り組む意欲を持った学生を歓迎します。