

夜間主プロフェッショナル 専門職学位論文題目一覧 (2014年3月修了生)

研究指導/プロジェクト研究名	主査	主題
マーケティング分析	阿部 周造	マーケティング活動がブランド・リレーションシップ形成に及ぼす影響の考察
コーポレート・ファイナンス	岩村 充	液化天然ガス事業向けプロジェクトファイナンス ～リスク分析と対応策～
		プロスポーツクラブの価値向上に関する考察 ～日本プロサッカーリーグ(Jリーグ)の現状分析をふまえて～
		信用リスク管理の高度化 ～金融機関における信用リスク管理の課題と今後の方向性について～
		グローバル化する日本企業の現状と今後の方向性 ～MUFGの対応に関する一考察～
		クラウド時代を迎えたIT業界の発展と限界 ～モジュール型 IT アーキテクチャ の成功と罫 ～
		欧米主要行の進出国におけるパフォーマンスに関する考察 ～地場銀行に対する超過収益力を基準とした進出国選定論～
競争戦略	内田 和成	教育サービスのグローバル展開における成功要因
		多数の製品セグメントが存在する業界におけるリーダー企業の競争戦略に関する考察 ～レーザービームプリンターの事例研究～
		低侵襲外科医療機器業界における成功戦略 ～インテュイティブサージカル社の事例から学ぶ
		日本企業におけるCSR活動と収益性の関係性についての実証研究
		「介護業界における異業種参入企業の競争優位」～異業種企業における介護事業参入における成功・失敗要因の具体的考察～
		スマートフォン普及時代における通信事業者の成功要因と分析方法の考察 ～iPhoneの影響と通信事業者の今後～
		Jリーグにおける入場料収入と顧客満足との関連についての研究
グローバル・ビジネス戦略	太田 正孝	企業のサプライチェーン成熟度と海外市場進出成否 ～海外市場進出におけるグローバル・サプライチェーンマネジメントの重要性～
		日系ICT企業における中国ビジネス人材の育成
		日本の医療用医薬品企業の新興国ビジネス考察 ～Familiarity(経験知)とCertainty(確実性)の視点から～
		アジア新興市場におけるトランザクションバンキング戦略 ～日本のメガバンクは次世代のGlobal Giantになれるか～
		本邦中小企業の新興市場における成功要因
		日本企業の海外展開と産業集積
		IT サービス産業におけるトップ・マネジメント構成の多様性と組織パフォーマンスの相関 ～日本・インド・アメリカ企業における比較分析～
人材・組織マネジメント	杉浦 正和	オペレーション部門におけるモチベーションマネジメントについて ～米国系メガファーマにおける組織変革事例～
		企業の継続的な成長を可能にする要素の考察 ～「学習する組織」の観点からの考察～
		「働きがい」の構成要素とその諸条件 ～日本国内に勤務するビジネスパーソンを対象とした調査研究～
		人的資源管理施策・リーダーメンバー交換(LMX)の従業員知覚が組織コミットメントとリテンションに及ぼす影響 ～製薬企業T社の事例から～
		ファミリーフレンドリー施策のワークライフバランスへの影響 ～日本人と外国人、日系企業と外資系企業の比較～
		人材育成におけるコンピテンシーの実践的活用方法 ～コンピテンシー導入企業の事例調査から～
		ボランティア活動における参加と継続の動機 ～少年少女発明クラブの事例～

夜間主プロフェッショナル 専門職学位論文題目一覧 (2014年3月修了生)

研究指導/プロジェクト研究名	主査	主題
企業価値の評価と経営	辻 正雄	日本の化学企業における業績予想前提開示と株主資本コストの関係
		MBOにより非上場化した企業の特徴 ～バイアウト・ファンドの有無により検証～
ラグジュアリーブランディング	長沢 伸也	自然派化粧品ブランドに見るブランドマネジメントと経験価値創造 -ロクシタンとヴェレダの事例にみる価値創造の分析と考察-
		専門菓子ブランドにおけるラグジュアリー戦略 ～グローバル市場で成長する専門菓子ブランドの事例研究～
		国内賃貸住宅市場におけるシェアハウスの高付加価値化要因 ～経験価値創造から考える集合住宅のブランディング～
		日本におけるライセンス契約によるファッションブランドビジネスの成功要因を探る ～アパレル企業の活性化事例～
経営戦略	根来 龍之	「蚕食的土俵替え」概念の提案 ～LINEの急成長からの示唆～
		インターネットサービス業界における継続成長のための企業戦略モデル分析 ～市場視点、資源視点による考察～
		継続的利益率向上を実現しているネット企業の特性 ～上場から拡大期における事業立地と転地の重要性～
		サービス分野別の普及プロセスにおけるネットワーク効果とバンドワゴン効果の影響力の研究
		成果を上げているソーシャルビジネスの構造の研究
マーケティング・マネジメント	守口 剛	売り手と買い手の人的関係がロイヤルティに及ぼす影響
		複数メディアの「同時利用」がブランド態度及び購買意図形成に与える影響 ～テレビとスマートフォンのながら視聴(ダブルスクリーン視聴)に着目して～
		産業財の組織購買における知覚スイッチングコストの影響 ～医療用製品のブランドスイッチに関する実証研究～
		「売上No.1」表示が消費者の商品購買時に及ぼす影響
		「ゲーミフィケーション」が顧客の態度形成及びロイヤルティに与える影響に関する研究 ～自己決定理論によるアプローチ～
MOT:イノベーション・マネジメント	吉川 智教	米国医療機器産業の競争優位の源泉 ～ハイテク医療機器を中心として～
		研究開発の視点から見た食品素材産業における競争優位性の構築
		企業におけるイノベーションを促進する制度 ～取引コスト理論に基づいた分析～
		車載インフォテインメント製品の未来像 ～車内空間におけるスマホと車載機器の共存可能性の示唆～