

2023年11月5日(日)自由論題報告
立命館大学 OIC キャンパス B棟2階

<午前セッション>

分科会 会場 座長	第1分科会(流通とネットワーク) B275(B棟2階) 鍾淑玲(東京工業大学)	第2分科会(ブランド戦略) B276(B棟2階) 加賀美太記(阪南大学)
9:20-10:00	[1]小売企業の国際展開とダイヤモンドチェーンの創造:ミニストップ・ベトナムの事例研究 鳥羽達郎(富山大学)	この時間帯の報告はありません
10:05-10:45	[2]戦間期日本における販社制度の生成と展開に関する一考察:東京電気(株)の事例から 大内秀二郎(近畿大学)	[1]ブランド志向組織におけるブランド・アイデンティティ共有とその成果:マツダの販売部門におけるブランド・アイデンティティ共有の背景と内容 原田将・平屋伸洋・大石芳裕(明治大学)
10:50-11:30	[3]グローバル市場における中小企業の戦略的管理が及ぼす影響:国際化観点の統合 姜尚民(青森中央学)・金昌柱(立命館大学)	[2]オンラインショッピングにおけるウェブサイトデザインと顧客満足の関係:「楽しさ」の効果に注目して 丁明(明治大学大学院)
11:35-12:15	[4]価格転嫁問題に直面する中食サプライチェーン:公正な取引関係構築に向けた中食企業の経営課題一 木立真直(中央大学)	[3]山形産地の中小繊維企業によるものづくりへのこだわりとブランド戦略 杉田宗聴(阪南大学)
12:15-13:20	昼食	

<午後セッション>

分科会 会場 座長	第1分科会(新たなチャネル展開) B275(B棟2階) 中見真也(神奈川大学)	第2分科会(流通・マーケティングの理論) B276(B棟2階) 吉村純一(駒澤大学)
13:20-14:00	[1]S-Dロジックの中範囲理論としてのプレイス・ブランドの価値共創 崔琳源(立命館大学大学院)	[1]共創における文化的コンテキストの検討:ブルデュー社会学を中心に 川口高弘(NTTコミュニケーションズ株式会社)
14:05-14:45	[2]Building relationships through live commerce: Unraveling customer engagement and relationship quality 呉崧源(立命館大学大学院)	[2]コトラーのマーケティング理論展開とウェルビーイング思想の研究 渦原実男(西南学院大学)
14:50-15:30	[3]ファッション企業のオムニチャネル戦略:株式会社ジュンの取り組みを中心に 秦小紅(九州産業大学)・菊池一夫(明治大学)	この時間帯の報告はありません