

# 大学院商学研究科 商学専攻 教員紹介

氏名	奥瀬 喜之 教授
専攻・コース	商学専攻・アカデミックコース、ビジネスコース（昼間 or 夜間）
専修科目	マーケティング
担当科目	マーケティング特論Ⅰ・Ⅱ マーケティング特論演習Ⅰ・Ⅱ
研究テーマ	消費者行動の視座からの価格設定に関する研究 市場調査手法に関する研究
研究指導領域	マーケティング及び消費者行動に関する実証研究（価格研究を中心に消費者行動研究全般）
志願者へのメッセージなど	<p>私のゼミでは消費者行動の理論に基づいた実証研究を行っています。</p> <p>「消費者行動の理論」とは、購買前・後を含めた消費者の行動について一般化を試みる理論のことです。このような理論に関する研究は主に、アメリカであれば Association for Consumer Research、Society for Consumer Psychology、ヨーロッパであれば European Association for Consumer Research、日本であれば日本消費者行動研究学会 といった学会に所属する研究者が行っています。</p> <p>また、「実証研究」とは、アンケート調査（硬い言い方で質問紙調査といいます）などによるデータに基づいて検証を行う（裏づける）研究のことです。なぜデータに基づいた検証を行う必要があるのか。これは、「思いつき」を「思いつき」のまま終わらせないためです。「思いつき」で終わらせないためには、「頭の中で考えたことを整理したもの（仮説といいます）」を「現実の世界で起こっていること（データ）」と突き合せて、「確かに考えたとおりのことが起こっている！」という確認作業を行うわけです。この作業のことを「実証」といいます。</p> <p>私のゼミでは、論文作成のプロセスを通じて、先行研究が示してきた理論を踏まえて、仮説を構築し、それを検証するプロセスを経験してもらいます。このプロセスは大変難しく、プロの研究者でも苦勞をします。ですから、ゼミ生には大変高い水準の努力と能力を要求することになります。ですが、自らが考えた仮説が支持された時の喜び、そして一本の論文を完成させた時の喜びは、何物にも代えがたい経験だと思います。</p> <p>あなたが知りたいこと、明らかにしたいことと熱意を携えて、専修大学大学院商学研究科へ足を踏み出してみてください。</p>
研究者情報システムリンク	<p>所属学会や学会発表、論文・著書などより詳細な情報は以下のリンクからご確認ください。</p> <p>研究者情報システム <a href="#">奥瀬 喜之教授 ページ</a></p>