

山口研究室

(担当教員：山口 景子 / Keiko YAMAGUCHI)

産業経営システム専攻
マーケティング・サイエンス

関心領域

- 消費者の買い物行動と、その背後に潜む心理メカニズムの関係性を明らかにする実証研究（数理モデル構築）
- 非構造化データから、買い物行動と心理メカニズムのモデルを構築する上で役に立つ情報を抽出する方法論の構築・検証
- 近年は、モバイル端末を活用した新しい買い物体験の効果検証に取り組んでいます。

指導方針

- 消費者の買い物行動、および当該行動を取り巻くマーケティング現象に焦点をあてた実証研究の指導を行います。
- 指導教員と共に、企業との共同研究に取り組む機会もあります。
- 企業や組織を主体とした研究(e.g., B2Bマーケティング, マーケティング戦略論)は、指導実績および研究実績ともありません。

学生に求めるもの

- 社会科学的研究を遂行するために必要な学術的素養 + 英語力
- 自身の研究遂行に必要な統計・計量経済学・機械学習手法やプログラミングなどの自学自習を厭わない自律性

山口研究室

(担当教員：山口 景子 / Keiko YAMAGUCHI)

産業経営システム専攻
マーケティング・サイエンス

研究計画について

- 企業・業界先行または社会現象先行のテーマではなく、より広く消費行動のより良い理解に役立つ研究テーマを歓迎します。
- 質的分析やケース分析といった手法を用いた研究よりも、量的分析、特に消費心理・行動の数理モデル構築を主たる研究手法として採用する研究を歓迎します。
- **研究で使用するデータは、原則ご自身で収集してもらいます。**
ご自身の研究テーマに合致したデータを、ご自身の力で収集できますか？アンケート調査はご自身の仮説の検証に本当に適していますか？
研究計画段階で、データの質とテーマとの合致性、データの収集可能性を検討できる能力の有無を重視します

※ 公平性の観点から、「研究計画書を読んでアドバイスをくれませんか？」「履歴書を送るので、指導を受けられるか教えてくれませんか？」といった質問・要望にはお答えすることができません。

指導研究テーマ例

- 愚痴を吐く行為がWebサービスのユーザ心理と行動に与える効果（データ解析）
- Web上の表示情報が消費者の意思決定に与える効果（Web実験）
- プロモーション共創の可能性検討（データ解析）