

## 成果の説明書

|   |           |
|---|-----------|
| (氏名) 三富 悠紀  | (学部) 経済学部 |
| <p>1 重要事項</p> <p><b>【研究関連】</b></p> <p>1. 期間限定を対象にして、消費者の知覚する時間圧力(タイムプレッシャー)が、消費者の商品に対する知覚・購買・情報処理に与える影響に関する研究</p> <p>2. 筑波大学の佐藤秀典先生、神奈川大学の徐寧教先生との共同研究として、近年世界各地から注目され、輸出量が拡大しているジャパニーズ・ウイスキーの成長要因を経営学の視点から分析した研究</p> <p>上記の2つの研究を現在進めている。本年度は以下の成果が挙げられる。</p> <p>研究発表</p> <p>✓ 三富悠紀 (2020). 期間限定セールが消費者の購買意図に与える影響. 日本マーケティングサイエンス学会第108回研究大会.</p> <p><b>【教育関連】</b></p> <p>昨年度に引き続き、前期には「マーケティング入門」「流通論」「演習Ⅰ」「演習Ⅱ」の講義を担当し、後期には「マーケティング」「基礎演習」「演習Ⅰ」「演習Ⅱ」を担当した。令和2年度は新型コロナウイルスの影響により、講義科目はオンデマンド型(講義音声配信、講義資料配布)、演習に関してはZoomを用いたリアルタイム型で実施している。</p> <p>演習Ⅰでは、3年生のゼミ生が令和2年度データ解析コンペティションに参加し、オリコン様のアンケートデータの分析を行い、マーケティング部門の予選会にて分析結果を報告した。</p> <p><b>【社会における活動】</b></p> <p>特になし</p> |           |
| <p>2 その他の事項</p> <p>高崎経済大学での遠隔講義を実施するにあたり、地域政策学部の森田稔准教授、太田慧准教授、経済学部の梅田宙講師、塩澤康平講師と共に、高崎経済大学におけるTeamsの利用マニュアル(教員用・学生用)の作成に従事した。</p>  |           |
| <p>3 次年度以降の計画・抱負</p> <p>研究面に関しては、期間限定商品・期間限定セールにおける時間圧力(タイムプレッシャー)の影響について分析結果を論文に纏めて投稿を行う。教育面としては昨今の状況を鑑みて、ハイブリッド型の大人数講義の運営方法を探っていく。</p>  |           |