

大学院入学希望の方へ

◎大学院生の受け入れについて

- 現在、当研究室では、修士課程（博士課程前期）と、博士課程（博士課程後期）の学生を受け入れております。当研究室への配属を希望される方は、下記についてよく読んでおいてください。

◎研究分野について

- 当研究室の研究分野は、広くは、マーケティング論です。そのため、他の分野の専攻を希望する方を受け入れることはできません。
- マーケティング論の中でも、当研究室が対象としているのは、組織間関係（Interorganizational Relationship）です。これには、B2B マーケティング（business-to-business marketing）、流通チャネル（channel management）、営業・販売員（salesperson、sales management）などのキーワードが関連しています。具体的には、主に、下記のトピックを対象としています。ただし、学生の希望次第では、これ以外のトピックを研究テーマとして選ぶこともあります。
 - マーケティング・チャネル（Marketing channels、channel management）
製品やサービスを流通させるために、企業は、販売経路であるマーケティング・チャネルの管理が必要であり、これは「チャネル戦略」と呼ばれ、著名なマーケティング・ミックス（4P）のうちの Place に該当します。製造業者、流通業者、小売業者、消費者など、多様なチャネルメンバーとかわりながら、どのようなチャネルを構築するのか、そして、そうしたチャネルメンバーとどのような関係を維持・構築するのかについて研究を進めています。
 - 販売員・バウンダリースパナー（salesperson、boundary spanner）
企業間の関係管理に直接的に携わり、企業という境界（バウンダリー）を超えて他企業との橋渡し役（スパナー）を担う人物は、バウンダリースパナーと呼ばれています。典型例としては、川下の流通業者や顧客との関係管理を担う営業担当者（salesperson、sales force）や、川上の原材料・部品メーカーとの関係管理を担う購買担当者（buyer）が該当します。言うまでもなく、企業関係の管理には、こうした個人の役割が極めて重要であり、バウンダリースパナーはどのような方略を採るべきか、どのような個人であれば高い営業成果を出せるのかなどについて、関心を寄せています。
 - 調達・購買（Sourcing and Purchasing in B2B markets）
自社製品の生産に必要なモノやサービスを、誰から、どのような形態で調達するのかは、企業にとって重要な戦略課題です。どのような基準で調達先のサプライヤーを選択するべきか、そもそも、部品や原材料を自社で内製すべきか外注すべきかといった研究課題に取り組んでいます。
- 当研究室の研究分野と深く関連している国際学術雑誌として、*Industrial Marketing Management*、*Journal of Business & Industrial Marketing*、*Journal of Personal Selling & Sales Management* などが挙げられます。これらの雑誌には、上記のようなトピックを取り扱った論文が数多く掲載されています。

◎研究方法について

- 当研究室は、上述した現象に対して理論的に検討するだけでなく、自ら立てた仮説を実証的に検討するという研究方法を採用しています。具体的には、企業に対するアンケート調査、2次データの利用、実験室実験などによって、定量的なデータを収集し、統計ソフトを用いて分析するという手法を用います。定量的なデータを収集すること、統計ソフトの使用方法を学ぶことは、根気の必要な作業ですが、それを行えることが受け入れの条件です。

◎受け入れ条件

- 大学院生として、何よりも研究活動を最優先できること。
- 英語で論文を読む力があること（修士課程でも、100本以上の論文を読む必要があります）。
- 実証分析の方法（データ収集の方法、統計ソフトの使い方など）を学ぶ意欲があり、さらに、実証分析のための労力（対象リストの作成、データの収集、データの加工・分析など）を行う意欲があること。

◎事前相談について

- 立命館大学経営学研究科の修士課程（博士課程前期）への入学を検討している方は、教員への事前相談は不要です。指導教員の決定は、入学後に行われます。上記の条件を守れる方のみ、石井を指導教員として希望してください。
- 立命館大学経営学研究科の博士課程（博士課程後期）への入学を検討している方は、教員への事前相談が必要です。まずは、研究計画書を石井（r-ishii [a] fc.ritsumeai.ac.jp）まで送付してください。その後、対面またはオンラインでのミーティングを行い、現状の修士論文の内容や、今後の研究計画についてお聞かせください。