

修士論文 平成 22 年度 (2010)

社会ネットワークと消費者行動

慶應義塾大学大学院商学研究科

石塚 慧

野村総合研究所オタク市場予測チーム著(2005/10)『オタク市場の研究』東洋経済新報社

濱岡豊(2002)「創造しコミュニケーションする消費者=アクティブ・コンシューマを理解する：共進化マーケティング論の構築に向けて」『日本学術振興会 未来市場開拓プロジェクト「電子化と市場経済」ディスカッションペーパー』東京大学経済学部

濱岡豊(2006)「消費者間の相互作用 クチコミを中心に」『消費者・コミュニケーション戦略 [現代のマーケティング戦略]』田中洋・清水聰編著：有斐閣.p.57～93

濱岡豊(2008)「オンラインコミュニティの社会ネットワーク特性とイノベーションの普及パターン」『ネットワーク生態学研究会第4回シンポジウム』(3月10日、京都産業大学)(ポスターセッション)

濱岡豊、里村卓也(2009)『消費者間の相互作用についての基礎研究—クチコミ、e-クチコミを中心に』慶應義塾大学出版会

濱岡豊(2010)「イノベーションの創造、普及と共同研究における社会ネットワーク特性:CT スキャナの特許データの分析より」『研究・技術計画学会』(10月9-10日、亜細亜大学)

細川敦[編](2007)『2008 オタク産業白書』メディアクリエイト

丸井淳己、加藤幹生、松尾豊、安田雪 (2010)「mixiのネットワーク分析」 - The 24th Annual Conference of the Japanese Society for Artificial Intelligence

山本昌(2008)「テーマ書評(62) クチコミのキーパーソンとその発見方法」Japan Marketing Journal, Vol.27, No.3(通号 107), pp.125-131

