

| 教員の業績 |    |          |     |        |
|-------|----|----------|-----|--------|
| 職名    |    | 教授       | 学位  | 修士(商学) |
| 氏名    | カナ | ヒロセ モリカズ | 役職名 |        |
|       | 漢字 | 広瀬 盛一    |     |        |

|                  |  |  |  |
|------------------|--|--|--|
| 1. プロフィール        | 早稲田大学商学部、早稲田大学大学院商学研究科修士課程修了                                     |  |  |
|                  | 同博士後期課程単位取得(商学修士)  |  |  |
|                  | 東京富士大学専任講師、助教授、准教授を経て現職  |  |  |
| 2. 主な担当科目        | 広告論Ⅰ、Ⅱ、マーケティング概論Ⅰ、Ⅱ、専門演習   |  |  |
| 3. 専門分野          | 広告、マーケティング、消費者行動   |  |  |
| 4. 主な研究テーマ       | モバイル・マーケティング、レピュテーション・マネジメント                                     |  |  |
| 5. 主な研究業績        | 著書   | 『Branding Asian Cities: Strategy and Practice 2010』Communication University of China、2012、共著   |  |
|                  |  | 『Social Marketing for Public Health: Global Trends and Success Stories』Jones & Bartlett Pub、2009(共著)   |  |
|                  |  | 『Advertising Research: Message, Medium & Context』Garant Uitgevers N V、2009(共著)   |  |
|                  |  | 『わかりやすい広告論』八千代出版、2008(共著)  |  |
|                  |  | 『マーケティング戦略論』芙蓉書房出版、2008(共著)  |  |
|                  |  | 『新しい広告』電通、2006(共著)   |  |
|                  | 論文   | 「Benchmarking the Use of QR Code in Mobile Promotion: Three Studies in Japan」Journal of Advertising Research、52(1)、共著  |  |
|                  |  | 「What is the Effect of Third-Party Organization Endorsement on Perceptions? The Structural Modelling Approach」『Advances in Advertising Research (Vol. V)』Springer Gabler、295-306、2015、(共著) |  |
|                  |  | 「Consumer Privacy Concerns and Preference for Degree of Regulatory Control A Study of Mobile Advertising in Japan」, Journal of Advertising vol. 38, no. 4、2009、共著                          |  |
|                  |  | 「Effects of displacement-reinforcement between traditional media, PC internet and mobile internet A quasi-experiment in Japan」International Journal of Advertising 28(1)、2009、共著           |  |
|                  |  | 「Does gender affect media choice in travel information search? On the use of mobile Internet」Tourism Management xxx、2009、共著  |  |
|                  |  | 「O2Oにおける広告コミュニケーションの機能と役割」『広告科学』61、29-48、2015、共著   |  |
|                  |  | 「モバイルクーポンにおけるプライバシーとユビキタス性の影響：時間的制限の影響を考慮したアプローチ」『日経広告研究所報』49(1)、2-9、2015、共著   |  |
|                  |  | 「The Influence of Personal Data Usage on Mobile Apps」In Advances in Advertising Research (Vol. VII) (pp. 101-113). Springer Fachmedien Wiesbaden、2017、共著                                   |  |
| 6. 所属学会          | 日本広告学会、日本商業学会、日本消費者行動研究学会、日本フードサービス学会                            |  |  |
|                  | アメリカ広告学会、ヨーロッパ広告学会   |  |  |
| 7. 主な社会活動、資格、その他 | 日本広告学会理事、東京都屋外広告物審議会委員   |  |  |
|                  | Editorial Board, Journal of Global Scholars of Marketing Science |  |  |
|                  | Editorial Board, Journal of Global Fashion Marketing             |  |  |