



み う ら と し ひ こ
三 浦 俊 彦

身分

教授

担当科目

マーケティング入門、演習

最近の研究テーマ

ブランド・マーケティング、グローバル・マーケティング、e(デジタル)マーケティング、消費者情報処理研究。

主な著書・論文

- 『地域デザインモデルの研究 ―理論構築のための基本と展開―』(共編著、学文社、2020年9月)
- 『文化を競争力とするマーケティング ―カルチャー・コンピタンスの戦略原理―』(共編著、中央経済社、2020年3月)
- 『ベーシック・マーケティング[第2版]』(共編著、同文館、2019年7月)
- 『グローバル・マーケティング戦略』(共著、有斐閣、2017年3月)
- 『マーケティング戦略[第5版]』(共著、有斐閣、2016年12月)
- 『小売&サービス業のフォーマットデザイン』(共編著、同文館、2016年4月)
- 『日本の消費者はなぜタフなのか ―日本的・現代的特性とマーケティング対応―』(単著、有斐閣、2013年12月)
- 『なぜ脳は「なんとなく」で買ってしまうのか ―ニューロマーケティングで変わる5つの常識―』(共同監修、ダイヤモンド社、2013年7月)
- 『コンテキストデザイン戦略 ―価値発現のための理論と実践―』(共編著、芙蓉書房、2012年11月)
- 『現代経営入門』(共著、有斐閣、2011年5月)
- 『地域ブランドのコンテキストデザイン』(共編著、同文館、2011年5月)
- 『ブランドデザイン戦略 ―コンテキスト転換のモデルと事例―』(共編著、芙蓉書房、2010年4月)
- 『グローバル・マーケティング入門 ―「70億人世界市場」をとらえる新視点―』(共著、日本経済新聞出版社、2009年7月)
- 『マーケティング戦略論 ―レビュー、体系、ケース―』(共編著、芙蓉書房、2008年3月)
- 『スロースタイル ―生活デザインとポストマスマーケティング―』(共編著、新評論、2007年2月)
- 『eマーケティングの戦略原理 ―ビジネスモデルのパラダイム革命―』(共編著、有斐閣、2002年4月)
- 『Case Studies of International Marketing and International Business』(分担執筆、Chuo University Press、2000年12月)
- 『マーケティング戦略』(共著、有斐閣、1996年4月)
- 『戦略的マーケティング』(共訳、嵯峨野書院、1990年7月)

研究室番号

2号館 21228号室

オフィスアワー

月曜日 2時限(10:50-12:30)

研究室電話番号

042-674-3615

E-mail アドレス

tmiura@tamacc.chuo-u.ac.jp

ホームページアドレス(三浦ゼミ)

<http://c-faculty.chuo-u.ac.jp/~tmiura/>