
| | | |
|----------------------|-------|---|
| 経営学部マーケティング学科新設にあたって | 田中 正郎 | 1 |
|----------------------|-------|---|

論文

| | | |
|--------------------------------------------------------------------|---------------|-----|
| マーケティング戦略における間接性の概念と間接的アプローチのタイプ | 芳賀 康浩 | 3 |
| 「青山マーケティング」の出発 | 小林 保彦 | 25 |
| “食”のマーケティングと食品流通の課題 —共生のマーケティングの可能性— | 三村 優美子 | 75 |
| 青山のまちのイメージと歴史、空間にかんする一考察 | 東 伸一 | 95 |
| イングランドのサッカークラブにおける <i>Football in the Community</i> スキームの有用性に関する考察 | 北村 俊 宮崎 純一 | 127 |
| IMC 概念の変容過程に関する考察 —1980 年代後半から 2010 年までを振り返って— | 中尾 麻衣子 | 151 |

| | | |
|----------|-------------------|---|
| Messages | From Masao Tanaka | 1 |
|----------|-------------------|---|

ARTICLES

| | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----|
| The Concept and Types of Indirect Approaches in Marketing Strategy | Yasuhiro Haga | 3 |
| The Time of Inception of "Aoyama Marketing" | Yasuhiko Kobayashi | 25 |
| A New Perspective for Food Marketing: Safty, Quality and Sustainability | Yumiko Mimura | 75 |
| An Insight into the Historical Development and the Dynamics of a Commercial Agglomeration in the Urban Central Place: From the Experiences of the Aoyama District | Nobukazu Azuma | 95 |
| Consideration of How Relevant the Management Scheme of "Football in the Community" is in England's Football Club | Shun Kitamura Junichi Kitamura | 127 |
| A Consideration of Changing Process on the Concept of Integrated Marketing Communication (IMC): From the Late 80s to 2010 | Maiko Nakao | 151 |