

研究員氏名

李 振

2019/2/15現在

<図書>

著者名	書名	出版者	発行年	総ページ数
長島直樹、石田実、李振	Rで統計を学ぼう 一文系のためのデータ分析入門	中央経済社	2017年	260(第3部9~13章担当)
R. Fujioka, Z.Li, Y. Kaneko	Global Luxury	Palgrave Macmillan	2017年	287(Chapter 12.担当)

<雑誌論文>

著者名	論文表題	雑誌名(巻)	頁	発行年	査読
李振	視線追跡データに基づいたネットワーク外部性の検証	オペレーションズ・リサーチ Vol. 62, No. 12	pp. 782 - 788	2017年	有
Z. Li	Consumer Online Purchase Intention and Product Class	Journal of Business Administration, Vol. 89	pp. 119 - 130	2017年	無

<学会発表>

発表者名	発表標題	学会名	開催地	発表年月
Z. Li	New Consumer Science Study based on Objective Behavioral Data	International Workshop on Frontier of Marketing Sciecene	Taipei	2018年3月
Zhen Li, Ken Ishibashi, Yuta Kaneko, Kei Miyazaki, Hiromi Shioji, Katsutoshi Yada	Vehicle Ownership and Economic Development	3rd Asia-Pacific World Congress on Computer Science and Engineering	Fiji	2016年12月
Zhen Li, Katsutoshi Yada	Does the Existence of Private-Label Brands Really Impede National Brands Sales? Empirical Evidence Based on POS Data	2016 International Conference of Asian Marketing Associations	Beijing, China	2016年10月
Zhen Li, Katsutoshi Yada	Complementary Relationship between Private Brands and National Brands: Empirical Evidence Based on POS Data	38th ISMS Marketing Science Conference38th ISMS Marketing Science Conference	Shanghai, China	2016年6月
Zhen Li, Lin Huang, Chao Fan	Does Increasing Volume of Online Reviews Really Help Sales? An In-depth Analysis Based on Web Crawling	38th ISMS Marketing Science Conference38th ISMS Marketing Science Conference	Shanghai, China	2016年6月