

千葉商大論叢

第45巻 第4号

2008年3月

論 説

- An Analysis Model on Marketing Channel Structures:
Information Cost by Advertising Effect and, Quantitative
and Qualitative Performance of Marketing Communication NISHIMURA, Fumi Taka (1)
- 広告の循環的反応モデルにおける熟成効果の測定 須 永 努 (15)
- 危機管理の理論
— 事業継続のための経営戦略 — 仲 間 妙 子 (35)

研究ノート

- 株式リターンは予測可能か 石 山 嘉 英 (61)
- チャールズ・バベッジの原価管理思想 (V)
— 著書・第1部「生産技術からみた経営管理の研究」(3)に
ついて — 佐 藤 正 雄 (73)
- 産業発生と地域 鈴 木 孝 男 (87)
- 日本の大企業 (東証一部上場企業) の収益性に関する長期時系列分析
(1960年代~1990年代)
— 使用総資本事業利益率の観点から — 武 見 浩 充 (101)
- 税制理想的改革案 中 野 百々造 (117)

その他

- 平成19年学外研究活動報告 (125)
- 千葉商大論叢第45巻総目次 (129)

千葉商科大学国府台学会

(通巻159号)