

2-1-1 教員の学位や業績

【経営学部】

現代経営学科	名前(読み)	苗 苗 (みょう みょう)
	職 名	専任講師
	取得学位	博士(経営学)
	専門分野 研究領域	マーケティング 流通 ブランド・マネジメント
	担当授業	マーケティング特論(英語クラス)、消費者行動論、流通論(英語クラス)、ブランド戦略など
	研究業績	<p>書籍：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 苗苗 他「第8章ブランド管理」今光俊介・高木直人(編) 『現代経営学講義』、五紘舎、2015年3月。 <p>論文：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 苗苗「中国アパレル企業のブランド構築におけるSPAの役割—ヤンガー・グループの事例を中心として—」『立命館ビジネスジャーナル』Vol.7, 2013年1月, 49-74頁。 2. 苗苗「多様なSPAの発展性—中国アパレル企業オールドスカシミア・グループを素材として—」『社会システム研究』第27号, 2013年10月, 51-80頁。 3. 苗苗「製造卸売業の垂直統合からSPAへの転換—安踏(アンター) スポーツ用品会社を素材として—」『立命館ビジネスジャーナル』Vol.9, 2015年2月。 5. Miao, Miao, Retail Branding for Foreign Company Competing in Fashion Industry—A comparative study on house branding in the Chinese market, <i>Bulletin of Internal Pacific University</i>, Vol.11. 6. Miao, Miao, Retail Branding for Foreign Company Competing in the Fashion Industry—A comparative study on house branding in Chinese market, <i>Bulletin of Internal Pacific University</i>, Vol.11, pp.82-94, Mar. 2017.
所属学会 学会活動	<p>学会報告：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 苗苗「中国におけるSPAの生成プロセスに関する—考察—アンタースポーツ用品会社を素材として—」日本流通学会第28回全国大会(阪南大学) 2014年11月23日。 2. Miao, Miao and Fujino, Akihiko, University Students' Attitudes and Behaviors Towards Dietary Patterns in Japan—The Factors Leading to Changes in Dietary Patterns, International Conference of Asian Marketing Associations (ICAMA 2016, Oct.). 3. Fujino, Akihiko and Miao, Miao, Study on the Factors that related Eating Habit and Tendency of Vegetables and Fruits, International Conference on Economics Business and Marketing Management (CEBMM 2017, Feb.). 4. Miao, Miao, Study on the Process of Retail Internationalization in the Chinese Market: An Empirical Analysis of a Japanese Fashion Company, 日本流通学会全国大会(International Session)(京都大学), 2017年10月8日。 5. Miao, Miao and Hu, Bin, Kim, Changju, When do small retailers benefit from information strategy: a buying group perspective, <i>KSMS International Conference</i>, Nov. 11-12, 2017, in Dongguk University, Seoul. 6. 苗苗「ダイナミック・ケイパビリティの視点からみるハウスブランド・ストア(House brand store)の形成およびストア・ロイヤリティへの影響」日本流通学会関西西部会(大阪商業大学)、2018年4月14日。 7. Miao, Miao, Do Different Store Formats of the Same Brand Matter to Chinese Shoppers? A Study on a Japanese Fashion Brand, <i>Global Marketing Conference</i>, Jul. 27-28, 2018, in New Otani hotel, Tokyo. 	
社会貢献	なし	