
Kenji Arima, M.A.
Professor
Business
College of Business
arimaken@rikkyo.ac.jp

Academic Background

M.A. Waseda, Commerce, 1989

Professional Memberships

日本産業経済学会（会長），2016-

日本卸売学会（副会長），2015-

日本広告学会（評議員），2013-

Work Experience

Teaching

Teaching Activities

Assurance of Learning - Teaching

2017 - Marketing Management.

2017 - Introduction to Business Administration.

2017 - Seminar1 (3rd year).

2017 - Seminar2 (3rd year).

2017 - Seminar1 (2nd year).

2017 - Seminar2 (2nd year).

2017 - Seminar on Thesis Writing 1.

2017 - Seminar on Thesis Writing 2.

Student Assign-Clinical/Practicum/Internship

2017 - Long-term Global Internship.

2017 - Global Internship.

Intellectual Contributions

Intellectual Contributions Grid

Category	BDS	AIS	TLS	Total
Articles in Refereed Journals		4		4
Publications in Refereed Conference Proceedings		6		6
Books, Monographs, Compilations, Manuals, Supplements, Chapters, Cases, Readings		5		5

Refereed Articles

Applied or Integrative/application Scholarship

Arima, K. & Miyashita, Y. (2012).

マーケティング・ミックスの動態的变化とプロモーション戦略--日本企業（製造業）の戦略手段管理に関する実証分析.
日経広告研究所報.

Arima, K. (2007). 「三行広告」にみる企業広告的要素の萌芽-創業期松下電器広告史. 日経広告研究所報.

Arima, K. (2007). 創業期の松下電器プロモーション戦略. 産業経済研究.

Arima, K. (1994). 松下電器産業株式会社広告活動史-創業者の発言との関連を中心に. 日経広告研究所報.

Refereed Proceedings

Applied or Integrative/application Scholarship

Arima, K. & Inoue, I. (2015). サービス業におけるマーケティング・ミックスの動態的变化-好況時と不況時における戦略手段管理に関する実証研究-. 日本商業学会全国研究大会.

Arima, K. & Inoue, I. (2013). マーケティング・ミックスの動態変化とプロモーション戦略--サービス業の戦略手段管理に関する実証分析-. 日本広告学会全国大会.

Arima, K. & Ishida, D. (2012). マーケティング予算の集中度と展開に関する時系列分析. 日本商業学会全国研究大会.

Arima, K. & Miyashita, Y. (2011). マーケティング組織と戦略方針. 日本商業学会全国研究大会.

Arima, K. & Miyashita, Y. (2010). 日本企業の戦略手段管理と組織の工夫に関する実証研究-マーケティング・ブレンドの利用実態-. 日本商業学会全国研究大会.

Arima, K. (2009).

マーケティング・ミックスからマーケティング・ブレンドへ: 日本企業の戦略手段管理に関する実証分析.
日本商業学会全国研究大会.

Books, Monographs, Compilations, Manuals

Book

Arima, K., Okamoto, J., Saito, A., Nagasaki, H., & Miyashita, Y. (2015). マーケティング・オン・ビジネス 新世社.

Arima, K., Nishida, Y., & Shirota, Y. (2011). マーケティング戦略論 学文社.

Arima, K., Miyazawa, N., Shirota, Y., & Ejiri, Y. (2009). 現代マーケティング その基礎と展開 ナカニシヤ出版.

Arima, K. (2006). マーケティング・ブレンド -戦略手段管理の新視角- 白桃書房.

Arima, K. & Kamekawa, M. (2000). 入門マーケティング 新世社.

Service