

東京経済大学大学院 経営学研究科 入学試験 (2025年度 1期入試)

課 程	修士課程
入試区分	一般入試・留学生入試
試験科目	専門科目（商学）
出題意図	修士課程で学ぶべき経営学の専門分野（商学）に関する学士レベルの専門的な知識を修得していること、および、それ等の知識に基づく基礎的な理解力・創造力を問う問題である。
解答例	<p>解答例を公開することは、受験生を特定の解答に誘導し 筆記内容が画一的になる恐れがあり、筆記試験が意図する知識・思考力・表現力・創造力等の把握を困難にするため、解答のポイント（採点基準）のみを公表しております。</p> <p><解答のポイント（採点基準）></p> <p>『大学院募集要覧』記載の「参考文献」を念頭に置き、主に以下の点を評価対象とする。</p> <ol style="list-style-type: none">(1) 設問の内容を把握できていること。(2) 専門分野（商学）に関する学士レベルの専門的な知識を、上記「参考文献」の学習を通じて、修得できていること。(3) 上記「参考文献」で学習した知識と設問との関係性を明確に認識できていること。(4) 設問に対して論理的・創造的に解答できていること。(5) 上記の諸点を無理なく読み取れる文章を作成できていること。

※ 公開している入試問題等について、私的利用以外の目的で複製・転載・転用することを一切禁じます。

大学院経営学研究科・修士課程

入学選考試験問題
(1科目・2題:試験時間90分)
【10:00～11:30】

2024年10月 5日実施
東京経済大学大学院
経営学研究科

【商学】 ※ 以下の問題1・問題2の両方とも解答しなさい

問題1については問題1の解答用紙を、問題2については問題2の解答用紙を、必ず使用のこと。

問題1 以下の問1と問2の両方に答えなさい。

問1 広告効果の測定について論じなさい。また、その測定の困難性についても論じなさい。

問2 以下の用語について両方とも説明しなさい。

- ① ブランド・エクイティ (Brand Equity)
- ② 計画的陳腐化戦略

問題2 以下の問1と問2の両方に答えなさい。

問1 百貨店は日本の小売産業に近代的経営手法を導入した革新的業態であったが、高度経済成長期を通じて急速に勢力を増した総合スーパーに主役の座を譲った。当時の主役の交代の変遷について企業名をあげながら具体的に説明しなさい。

問2 以下の用語のうち2つを選んで説明しなさい。

- ① 問屋無用論
- ② オープン・プライス化
- ③ 中心市街地活性化法