

東京経済大学大学院 経営学研究科 入学試験 (2025年度 2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】

2025年 2月17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 次の問1と問2の両方に答えなさい。

問1 企業の社会的責任とマーケティングの関係について、①その内容及び②歴史的変遷について整理した後、③マーケティングの果たす役割について、具体例をあげつつ、詳しく論じなさい。

問2 以下について両方とも説明しなさい。

- ① サービス・ドミナント・ロジック
- ② ロス・リーダーとトラフィック・ビルダーの意味と相違点

問題2 次の問1、問2の中から、いずれか1つを選択して答えなさい。

問1 1970年代まで主流だったメーカー主導型流通チャネルについて、以下の(1)～(3)の設問に答えなさい。

- (1) メーカー主導型流通チャネルが1970年代まで主流だった理由を説明しなさい。
- (2) メーカー主導型流通チャネルの代表的パターンのうち小売段階まで組織化したパターンについて説明しなさい。
- (3) メーカー主導型流通チャネルの代表例であった加工食品業界におけるチャネル組織化について具体的に説明しなさい。

問2 流通で活動する主体の代表である小売企業の国際化について、以下の(1)～(3)の設問に答えなさい。

- (1) 小売企業の国際商品調達について、百貨店を事例としてとりあげ具体的に説明しなさい。
- (2) 小売企業の海外出店の経緯について、日本企業の業態別の海外店舗数の推移を踏まえて具体的に説明しなさい。
- (3) 日本の小売企業のうち、国際化を成長戦略の中核に位置づけることができた企業を1社具体的にあげ、その企業の国際化について具体的に説明しなさい。