

日本消費者行動研究学会

—SCP/JACS 共催—

SCP-JACS Collaborative Conference

プログラム

【開催日】 2017年5月17日（水）・18日（木）・19日（金）

※5月19日(金)に、JACSとの合同懇親会を開催します。

【場 所】 慶應義塾大学 三田キャンパス など

【日 程】

5月17日（水） ウェルカムパーティ

5月18日（木） エクスカーション、並びにカンファレンスディナー

5月19日（金） カンファレンス、並びにフェアウェルパーティ（合同懇親会）

【発表者】

C. W. Park, Andrew T. Stephen, Rhonda Hadi, Yakov Bart, Joann Peck, Catherine Yeung, Joachim Vosgerau, Anirban Mukherjee, Mathieu M.P. Lajante, Uzma Khan, Bernadette Kamleitner, Ajay Kalra, Curtis P. Haugtvedt, Leonard Lee, Hao Shen, Hannah H. Chang, Cecile Cho, James M. Leonhardt, Eline L.E. de Vries, Jeffrey Inman

日本からは、山本晶先生（慶應義塾大学）、杉谷陽子先生（上智大学）、里村卓也先生（慶應義塾大学）、水野誠先生（明治大学）、鈴木智子先生（一橋大学）、松下光司先生（中央大学）。

【参加費】

Aコース 3日間〔17日：ウェルカムパーティ、18日：エクスカーション（昼食込み）、ウェルカムディナー、19日：カンファレンス（昼食込み）、フェアウェルパーティ〕
／28,000円

Bコース 19日のカンファレンス（昼食含まない）＋フェアウェルパーティ ／15,000円

Cコース 19日のカンファレンス（昼食含まない）のみ ／10,000円

学生特別料金 Aコース／15,000円 Bコース／10,000円 Cコース／5,000円

※非会員の学生は、会場受付にて学生証の提示が必要になります。

【参加申込】

Aコース、Bコースは人数制限がございます。オンライン登録と決済をお願いいたします。
Cコースは当日受付・お支払いも承ります。

〈登録・決済ウェブサイト〉

<https://scpjacs.confite.atlas.jp>

上記ウェブサイトでアカウントを作成して、登録・決済に進んでください。オンライン決済が完了しましたら、このサイト上でpdfの領収書をダウンロードすることができます。

【参加申込締切】 5月6日（土）必着

【スケジュール】**第1日 5月17日（水）**

夜 : ウェルカムパーティ（セレスティンホテル、立食）

第2日 5月18日（木）：エクスカーション

午前： 本田技研工業本社にて本田技研のマーケティングの講義と体験

午後： 良品計画本社（サンシャイン 60 会議室）にて広報戦略を拝聴

夕方： 銀座の無印良品見学など

夜 : カンファレンスディナー（セレスティンホテル、着席）

第3日 5月19日（金）：カンファレンス

午前： カンファレンス

午後： カンファレンス

企業の事例報告（株式会社インテージ、大日本印刷株式会社）

パネルディスカッション（登壇者未定）

夜 : フェアウェルパーティ（慶應義塾大学ファカルティクラブ）

※セレスティンホテル（慶應義塾大学より徒歩 10 分）で、宿泊特別料金プランを設定しております。詳しくは、カンファレンス・ウェブサイトをご覧ください。

カンファレンス・ウェブサイト : <http://www.jacs.gr.jp/scp-jacs/>

※JACS単体での懇親会はございません。19日（金）「カンファレンス&フェアウェルパーティ（15,000円）」にご参加ください。

【お問い合わせ先】

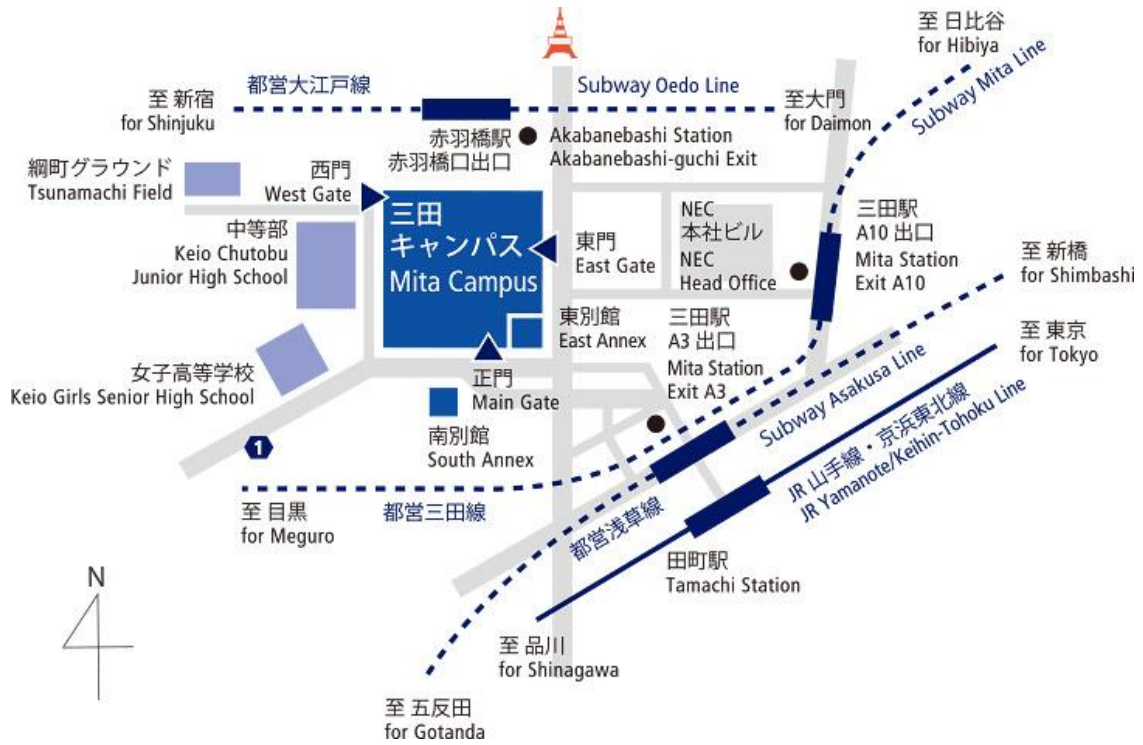
scpjacs2017@gmail.com（SCP-JACS共催担当）

【カンファレンスプログラム】

	Conference Room A: North Hall		Conference Room B: G-SEC Lab	
9:30-10:40	Drivers of Brand Attachment: Theory and Empirical Evidence	<u>C. Whan Park (University of Southern California)</u> , Andreas B. Eisingerich (Imperial College London), Deborah J. MacInnis (University of Southern California), and Meryl Gardner (University of Delaware)	Threads of Success: New Empirical Generalizations from a Large Crowdsourcing Dataset	Ping Xiao (National University of Singapore), <u>Anirban Mukherjee (Singapore Management University)</u> , Wang Li (Shanghai University of Finance and Economics), and Noshir Contractor (Northwestern University)
	Does your Better Half's Looks Matter? Forming Judgments based on Spouse's Attractiveness	Jihye Jung and <u>Ajay Kalra (Rice University)</u>	Selling Others' Data: An Ownership Framework for Understanding a New Market Place Phenomenon	<u>Bernadette Kamleitner (WU Vienna University of Economics and Business)</u> and Vincent W. Mitchell (City University)
	The Effect of Culture and Gender on the Attitudes toward Cobranded Products	<u>Satoko Suzuki (Hitotsubashi University)</u> , Sanjay Sood (UCLA), Satoshi Akutsu (Hitotsubashi University)	In Mobile We Trust: How Mobile Reviews Influence Consumers' Purchase Intentions	Lauren Grewal and <u>Andrew T. Stephen (University of Oxford)</u>
10:40-10:55	Coffee Break			
10:55-12:05	Unexpected Role of Expectations in Gift-Giving	<u>Uzma Khan (University of Miami)</u> , Jongmin Kim (Singapore Management University), Nathan Novemsky, and Ravi Dhar (Yale University)	Just Cut to the Chase: How Smartphone Use is Changing User-Generated Content	Shiri Melumad (Columbia University), <u>J. Jeffrey Inman (University of Pittsburgh)</u> and Michel Tuan Pham (Columbia University)
	The Impact of Social Power on Relative Reliance on Feelings in Consumer Decisions	Yunhui Huang (Hong Kong University of Science and Technology), <u>Hannah H. Chang (Singapore Management University)</u> , and Jiewen Hong (Hong Kong University of Science and Technology)	Individual Differences in Social Media Participation, Use and Influence: Theoretical Foundations and Practical Implications of the Elaboration Likelihood Model	<u>Curtis P. Haugtvedt (The Ohio State University)</u> , Jeremy Gretton, Kathleen Patton, and Duane Wegener (Ohio State University)
	Property Lines in the Mind: Consumers' Perceptions of Infringement and their Territorial Responses	Colleen P. Kirk (New York Institute of Technology), <u>Joann Peck (University of Wisconsin-Madison)</u> , and Scott D. Swain (Clemson University)	Joint Topic Models for Integrated Analysis of Consumer Lifestyles and Purchase Behavior	<u>Takuya Satomura (Keio University)</u>
12:05-13:20	Lunch Time at Room 1			

	Conference Room A: North Hall		Conference Room B: G-SEC Lab	
13:20-14:30	Word of Mouth vs. Word of Mouse: The Effect of Communication Channel on Self-Brand Connection	<u>Hao Shen (Chinese University of Hong Kong)</u> and Jaideep Sengupta (Hong Kong University of Science and Technology)	When Paying does (not) Payoff: Incentivized Consumer-Generated Product Reviews and Avoiding Disclosure-Induced Backlash	Christilene du Plessis (Erasmus University), Andrew T. Stephen (University of Pittsburgh), <u>Yakov Bart (Northeastern University)</u> , and Dilney Goncalves (IE Business School)
	Exploring Aesthetic Emotions as an Antecedent of Attitude toward the Advertising: A Psychophysiological Study	Sophie Lacoste-Badie, Olivier Droulers (Rennes 1 University), and <u>Mathieu M. P. Lajante (Université Laval)</u>	Is Online Sharing and Word-of-Mouth More Prevalent among Collectivistic Consumers?	Todd Pezzuti (University of Chile) and James <u>M. Leonhardt (University of Nevada)</u>
	The Impact of Brand Attachment and Social-Oriented Evaluation on Brand Attitude Formation: A Cross-Cultural Comparison of the United States and Japan	<u>Yoko Sugitani (Sophia University)</u>	Understanding Online C2C Marketplaces in Japan	<u>Hikaru Yamamoto (Keio University)</u>
14:30-14:45	Coffee Break			
14:45-16:15	Revisiting the Vice-Virtue Categorization in Theories of Self-Control	<u>Joachim Vosgerau (Bocconi University)</u> , Irene Scopelliti (City University London), and Young Eun Huh (Hong Kong University of Science and Technology)	Good Vibrations: Consumer Responses to Technology-Mediated Haptic Feedback	<u>Rhonda Hadi (University of Oxford)</u> and Ana Valenzuela (Baruch College)
	Role of Culture in Sequential Risk -- Taking and Satisfaction	<u>Cecile Cho (Korea University Business School)</u>	Reducing Peak-Hour Subway Crowding: Investigating the Effectiveness of Financial Disincentives	Leonard Lee (National University of Singapore), Xiuping Li (National University of Singapore), and <u>Catherine Yeung (Chinese University of Hong Kong)</u>
	With a Little Help from My Friends: Friendship Aids Challenged Self-Control	<u>Eline L.E. de Vries (University Carlos III of Madrid)</u> , Bob M. Fennis (University of Groningen), and Kathleen D. Vohs (University of Minnesota)	Banking Happiness	Ali Faraji-Rad (Nanyang Technological University) and <u>Leonard Lee (National University of Singapore)</u>
Complaining in Group Consumption	<u>Koji Matsushita (Chuo University)</u> , Haiyang Yang (Johns Hopkins University), Kaichi Saito (Meiji Gakuin University), Haruko Tsuchihashi (Aoyama Gakuin University)	Creative Class Consumers: The Effects of Newly Defined Social/Cultural Capitals on Consumer Behavior	<u>Makoto Mizuno (Meiji University)</u>	
16:15-16:30	Coffee Break			
16:30-18:00	Japnaese Company Case 1: Intage Inc. Japnaese Company Case 2: Dai Nippon Printing Co., Ltd. Panel Discussion (Marketing and Technology): J. Jeffrey Inman (University of Pittsburgh), Andrew T. Stephen (University of Oxford), Akira Shimizu (Keio University), and 1 more			
18:00-21:00	Farewell Party at Faculty Lounge			

【会場案内】



【キャンパスマップ】

下記地図の①に北館ホールが、③に G-SEC Lab がございます。

