//hyu.wiki/%EA%B2%BD%EC%98%81%EC%97%B0%EA%B5%AC%EC%86%8C/%EC%9C%A0%ED%86%B5%EC%97%B0%EA%B5%AC%EC%84%BC%ED%84%B0

경영연구소/유통연구센터

유통연구센터는 경영연구소 산하 연구센터다.

- 센터장: 한상린 경영학부 교수
- 전화: 02-2220-1071

□

목차

- 1 주요 미션
- 2 연구활동 및 계획
- 3 보고서 및 발표
- 4 각주

주요 미션

1. 통산업 전반적인 연구를 체계적으로 수행하고 연구결과를 업계 및 학계와 공유
2. 국내외 유통산업의 동향 분석 및 주요 연구주제 발굴
3. 효과적인 유통 및 소매마케팅 전략 연구
4. 기업과 기업간의 유통 및 마케팅 전략 연구

연구활동 및 계획

- 가상현실(VR) 유통환경에서의 쇼핑 변화와 소비자 구매 행동 분석 (2019 한국연구재단 연구과제)
- 4차 산업혁명 및 정보기술의 진화에 따른 유통시장과 소비자 행동 변화 연구
- 서비스 마케팅과 고객서비스 전략 연구
- 기업과 기업간의 B2B 유통전략 연구

보고서 및 발표

- "가상현실 유통 환경에서의 원격실재감과 소비자 구매행동 분석" 유통연구, 2019.01
- "증강현실 기반의 제품체험으로 인한 고객 인게이지먼트 효과 연구: 고객가치 공동 창출의 매개효과 분석" 소비자학 연구, 2018.10
- "서비스 실패 후 서비스 회복 속도가 옴니채널 픽업서비스의 고객 충성도 에 미치는 영향: 자아해석수준과 서비스 회복 기대의 상호작용 효과" 소비자학연구, 2018.10
- "Why Consumers Use Mobile Commerce? - International Comparative Study of M-Commerce Model" Asia Marketing Journal, 2017 한국마케팅학회 최우수논문상 수상
- 컨슈머인사이트와 함께 전국 1517명을 대상으로 '추석 선물' 관련 설문조사를 실시하고 결과 발표. 2017.09[1]
- "Antecedents and Performance Outcomes of Flexibility in Industrial Customer-Supplier

Relationships"
- Journal of Business Research (SSCI 학술지), October 2014
- "기술 준비도와 소비자 준비도가 Self Service Technology 사용동기와 태도 및 사용의도에 미치는 영향" 아시아마케팅저널, 2012.04

각주

1. ↑ <뉴스H> 2017.09.18 한양대 유통연구센터 '추석선물' 설문조사 결과 발표