

タイトル	表紙・奥付
著者	
引用	北海学園大学経営論集, 10(3)
発行日	2013-12-25

北海学園大学

# 経営論集

第10巻第3号 2012年12月  
(通巻第36号)

論文

---

拡張された市場志向，市場志向を補完する要因， ラディカル／破壊的イノベーションとの関係について ～伝統的市場志向概念を超えて～	伊藤 友章	1
後期ドラッカーについて —— 世界観としての相貌 ——	春日 賢	35
市場参入順位と消費者行動に関する研究 —— 特定保健用食品市場を事例として ——	角田美知江	55

研究ノート

---

マーケティングの体系化における人間概念に関する一考察 —— 二分法（企業と消費者）概念から統合的人間概念へ ——	黒田 重雄	123
中国における老舗企業の認定とその経営戦略 —— 創業180年の瀋陽老辺餃子館を事例に ——	孔 麗	139

---

北海学園大学 **経営論集** 第10巻 第3号 (通巻第36号)  
2012年12月25日発行

編集兼発行者 北海学園大学経営学会会長 佐藤 淳  
論集委員 増地 あゆみ・佐藤 芳 彰

発行所 札幌市豊平区旭町4丁目 北海学園大学経営学会

---

印刷 (株) アイワード

HOKKAI-GAKUEN UNIVERSITY

# JOURNAL OF BUSINESS ADMINISTRATION

Vol.10 No.3 December 2012

---

ARTICLES

---

- The Relationship between Extended Market Orientation,  
Complementary Factor of Market Orientation and Radical/  
Disruptive Innovation -Beyond the Traditional Market Orientation-.  
Tomoaki Ito 1
- A Study on Drucker; His Latter Years  
Satoshi Kasuga 35
- A Study of Market entry and Consumer Behavior  
Michie Tsunoda 55

NOTE

---

- A thinking of human concepts on marketing system  
Shigeo Kuroda 123
- The recognition of the Chinese Long-established enterprise and its management strategy  
—case study: The 180 year history of operation of the dumpling restaurant of  
Laobian in Shenyang.  
Kong Li 139

---

The Society of Business Administration, Hokkai-Gakuen University