

商 経 論 叢

Vol. XXVI No. 2

1991. 3

弔 辞

経済学部長 中村平八 (i)

論 説

自然神学と社会科学 その1

田中正司 (1)

マーケティング“科学”の含意と行方
——パラダイム論のレトリック的援用による評価——

上沼克徳 (53)

意味データモデルによる教材データベースの設計

穂積和子 (< 1 >)

研究ノート

サッチャー時代の経済政策を考える
——モスクワ・ロンドン・ケント学術紀行、
とくにサッチャーリズムの終焉について——

清水嘉治 (79)

財政学ノート (3)

小林 晃 (< 25 >)

The First Step of “Japanese Marketing Strategy”

岡本祥子 (< 67 >)

随 想

キャンベラ通信①
いま、キャンベラに到着して

渡辺精一 (93)

THE SHO-KEI RONSO

(THE REVIEW OF ECONOMICS AND COMMERCE)

Vol.XXVI No.2

1991. 3

ARTICLES

- The Significance of Natural Theology in the Formation of
Social Science in the Scottish Enlightenment *S. Tanaka*
- Implication and Future of Marketing “Science” *K. Kaminuma*
- Conceptual Database Design of Teaching Materials
Using the Semantic Database Model *K. Hozumi*

NOTES

- On the end of Thatcherism *Y. Shimizu*
—An Account of the Learning trip of Moscow, London, Kent—
- Notes on Public Finance(3) *A. Kobayashi*
- The First Step of “Japanese Marketing Strategy” *S. Okamoto*

ESSAY

- The First Impression of Canberra
—Correspondence from Canberra No. 1. *S. Watanabe*

**THE SOCIETY OF ECONOMICS
KANAGAWA UNIVERSITY**