



上沼克德先生 近影

上沼克徳先生 略年譜・著作目録

学歴・職歴

- 1970年4月 早稲田大学 商学部入学
- 1974年3月 早稲田大学 商学部卒業 [商学士]
- 1974年4月 早稲田大学大学院 商学研究科 商学専攻 修士課程入学
- 1976年3月 早稲田大学大学院 商学研究科 商学専攻 修士課程修了 [商学修士]
- 1976年4月 早稲田大学大学院 商学研究科特別研究生
- 1979年4月 早稲田大学大学院 商学研究科 商学専攻 博士課程入学
- 1983年3月 早稲田大学大学院 商学研究科 商学専攻 博士課程単位取得後退学
- 1983年4月 神奈川大学 経済学部 専任講師 (～1985年3月)
- 1985年4月 神奈川大学 経済学部 助教授 (～1991年3月)
- 1989年4月 神奈川大学 教務部副部長 (～1991年3月)
- 1990年4月 千葉商科大学 商経学部 非常勤講師 (～1991年3月)
- 1991年4月 神奈川大学 経済学部 教授 (～2021年3月)
- 1991年7月 アメリカ合衆国, イリノイ大学シカゴ校 在外研究員 (～1993年3月)
- 1995年4月 立正大学 経営学部 非常勤講師 (～1996年3月)
- 1997年4月 神奈川大学 第二部教務部長 (～2001年3月)
- 2000年7月 神奈川大学 学長補佐 (～2003年7月)
- 2002年2月 博士 (商学) [早稲田大学]
- 2004年4月 神奈川大学 「学問への誘い」 編集専門委員会 委員長 (～2006年3月)
- 2005年4月 神奈川大学 自己点検・評価全学委員会委員 (～2006年3月)
- 2005年6月 神奈川大学 教学改革委員会 FYS等検討小委員会 委員長 (～2006年3月)
- 2006年4月 神奈川大学 「学問への誘い」 編集専門委員会 委員長 (～2008年3月)
- 2010年4月 神奈川大学 FD全学委員会委員 (～2011年3月)
- 2012年4月 神奈川大学 教育支援センター副所長 (～2014年3月)
- 2014年4月 神奈川大学 「学問への誘い」 編集専門委員会委員長 (～2018年3月)
- 2017年4月 神奈川大学大学院 経済学研究科委員長 (～2019年3月)
- 2018年4月 神奈川大学 「学問への誘い」 編集専門委員会委員長 (～2020年3月)
- 2019年10月 神奈川大学 教学評議会 評議員 (～2020年3月)
- 2021年3月 神奈川大学 定年退職
- 2021年4月 神奈川大学 名誉教授 (～現在)

学会及び社会における活動等

- 1983年4月 日本商業学会 会員（～現在）
1983年4月 日本広告学会 会員（～1991年3月）
1989年4月 日本ポパー哲学研究会 会員（～2000年3月）
1990年4月 日本マーケティング史研究会／日本マーケティング史学会 会員（～現在）
1994年4月 日本経営学会 会員（～2000年3月）
1995年3月 中小企業診断士試験 委員（～2000年2月）
2006年4月 大学基準協会相互評価委員会 専門委員（～2019年, 3回）
2017年4月 文部科学省教科用図書検定調査審議会 臨時委員
2018年4月 文部科学省教科用図書検定調査審議会委員（～2021年3月）

主な著書

- 『マーケティング学構築への試論』（単著）白桃書房, 1983年
『マーケティング学構築への試論〔増補版〕』（単著）白桃書房, 1984年
『現代マーケティング』（共著）八千代出版, 1985年
B.J. コールドウエル『実証主義を超えて—20世紀経済科学方法論—』（共訳）中央経済社, 1989年
『改訂版 現代マーケティング』（共著）八千代出版, 1990年
『マーケティング戦略』（共著）同文館出版, 1991年
『マーケティング研究の方法論』（共著）中央経済社, 1991年
J.C. パラマウンテテン Jr. 『流通のポリティクス』（共訳）白桃書房, 1993年
『マーケティング学説史—米国編—』（共著）同文館出版, 1993年
『マーケティング学説史—日本編—』（共著）同文館出版, 1998年
『マーケティング学の生誕へ向けて』（博士学位論文の書籍バージョン）同文館出版, 2003年
『学としてのマーケティング』（単著）同文館出版, 2020年

主な論文

- 「マーケティング登場のプロセス」早稲田大学大学院商学研究科『商学研究科紀要』第10号, 1980年6月
「学としてのマーケティング—その予備的考察—」早稲田大学大学院商学研究科『商学研究科紀要』第11号, 1981年2月
「学としてのマーケティング—予備的考察Ⅱ—」早稲田大学大学院商学研究科『商学研究科紀要』第12号, 1981年7月
「マーケティング研究の方法論的基礎—方法論争の展開をめぐる—」早稲田大学大学院商学研究科『商経論集』第42号, 1982年3月

- 「マーケティング管理論の理論的枠組と方法論的意義」早稲田大学大学院商学研究科『商経論叢』第43号, 1982年9月
- 「マーケティング学の生誕に向けて」神奈川大学経済学会『商経論叢』第19巻第1号, 1984年3月
- 「いま1つのパラダイム論議—マーケティング研究へのパラダイム史観的接近—」神奈川大学経済学会『商経論叢』第21巻第1号, 1985年10月
- 「マーケティング研究のパラダイム—いま一つのパラダイム論議—」日本商業学会『日本商業学会年報1985年度』, 1985年11月
- 「メタマーケティング研究の台頭と問題情況」日本商業学会『日本商業学会年報1986年度』, 1986年11月
- 「メタマーケティング科学論争—相対主義的科学観の台頭と問題情況—」神奈川大学経済学会『商経論叢』第22巻第2号, 1987年2月
- 「流通システムの構造的変革下における中央卸売市場関連事業者の問題状況と展望」神奈川大学経済学会『商経論叢』第24巻第4号, 1989年3月
- 「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—」神奈川大学経済学会『商経論叢』第26巻第2号, 1991年3月
- 「非営利組織マーケティング論の再評価」神奈川大学経済貿易研究所『経済貿易研究』No.17, 1991年3月
- 「マーケティング研究の学的貧困性をめぐる論議」神奈川大学経済学会『商経論叢』第32巻第1号, 1992年6月
- 「マーケティング研究の学としての確立に向けての方法論議」早稲田大学商学研究科 博士学位論文, 2002年2月
- 「この“マーケティング”と呼ばれるものは一体何なのか?」神奈川大学経済学会『商経論叢』第40巻第4号, 2005年3月
- 「マーケティング研究の学的独自性を求めて」神奈川大学経済学会『商経論叢』第48巻第4号, 2013年6月
- 「マーケティング定義の変遷が意味するところ」神奈川大学経済学会『商経論叢』第29巻第2・3合併号, 2014年3月
- 「学生消費者主義の論理と意義」神奈川大学経済学会『商経論叢』第50巻第3・4合併号, 2015年4月
- 「ロバート・バーテルズの研究業績と思想」拓殖大学経営経理研究所『経営経理研究』第106号, 2016年3月
- 「マーケティング主義の構想—試論的概観—」神奈川大学経済学会『商経論叢』第52巻第3号, 2017年3月

その他

- (1) 在職38年間のゼミナール指導において学部ゼミ生を1,000名余、修士論文取得者を15名、博士学位取得者を2名輩出
- (2) 神奈川大学への初年次教育(FYS)の導入推進と初期教材の執筆.
- (3) 『学問への誘い』(編集専門委員長3回)を通じて目次構成の標準を確立し、また創刊30周年記念号(2017年)の企画・編集
- (4) 神奈川産学チャレンジ・プログラムにおいて指導ゼミナール生による懸賞論文最優秀賞3回と優秀賞5回の獲得
- (5) 経済学研究科委員長として『経済学研究科50年の歩み』を企画・編纂

以上