

授業科目	消費者行動論				単位	2				
履修	選択	関連資格				ナンバリング	TO21503J			
開講年次	3・4年	開講時期	前期	該当DP	DP1-3 DP2-1					
担当教員	高橋 幸夫									
授業概要	マーケティング計画や広告計画をおこなうためには、消費者の行動に関する知識が必要となっている。この授業では、「消費者ニーズとは何か」、「消費者がニーズやウォンツを充足させるために商品・サービスを探索、購入、使用、評価、廃棄する一連のプロセスと、そうしたプロセスに影響を与える各種の要因」について学習し、将来、企業でマーケティングの仕事をつまかされても十分にそれを達成することができるような「マーケティング・マインド」を養成する。									
学生が達成すべき行動目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングにおいて適切な標的市場を設定することができる。</li> <li>・家庭内の消費を巡る様々な役割、商品購入意思決定権の違いを理解し、家庭内の誰をターゲットにマーケティング活動すればよいかということが判断できるようになる。</li> <li>・イノベーションの普及プロセス、新製品の採用プロセス、新製品の普及に影響を与える商品特性、イノベーターの特性を理解とコミュニケーション効果のプロセスを理解することができる。</li> </ul>									
達成度評価										
評価と評価割合／評価方法	試験	小テスト	レポート	発表(口頭、プレゼンテーション)	レポート外の提出物	その他	合計	備考		
総合評価割合	50	20	30	0	0	0	100			
知識・理解 (DP1-1)										
知識・理解 (DP1-2)										
知識・理解 (DP1-3)	50	20					70			
知識・理解 (DP1-4)										
思考・判断 (DP2-1)			30				30			
思考・判断 (DP2-2)										
関心・意欲 (DP3-1)										
関心・意欲 (DP3-2)										
態度 (DP4-1)										
態度 (DP4-2)										
態度 (DP4-3)										
技能・表現 (DP5-1)										
技能・表現 (DP5-2)										
技能・表現 (DP5-3)										
具体的な達成の目安										
理想的レベル					標準的なレベル					
消費行動の基本的知識をよく理解し、現実の生活の様々な場面で応用することができる。					消費行動の基本的な知識を身につけている。					
授業計画										
進行	テーマ・講義内容			授業の運営方法		学習課題(予習・復習)			予習・復習時間(分)	

1	テーマ:授業ガイダンス 消費者行動論受講に関する注意事項などガイダンスを行う。	講義	受講概要の把握	60
2	テーマ:消費者行動とはなにか 消費者はいかに考え、行動しているかの基本的解説をする。	講義	該当部分の復習	60
3	テーマ:知覚 消費者の知覚がいかなるものかを解説する。	講義	該当部分の復習	60
4	テーマ:記憶 消費者の記憶に関する現象を解説する。	講義	該当部分の復習	60
5	テーマ:学習 消費者行動における学習を解説する。	講義	該当部分の復習	60
6	テーマ:動機づけ 消費者行動における動機づけを解説する。	講義	該当部分の復習	60
7	テーマ:態度 消費者行動における態度を解説する。	講義	該当部分の復習	60
8	テーマ:関与と個人特性 消費者行動における関与と個人特性を解説する。	講義 小テスト	該当部分の復習	60
9	テーマ:問題意識と購買意思決定 消費者行動における問題意識と購買意思決定を解説する。	講義	該当部分の復習	60
10	テーマ:情報探索 消費者行動における情報探索を解説する。	講義	該当部分の復習	60
11	テーマ:状況要因 消費者行動における学習を解説する。	講義	該当部分の復習	60
12	テーマ:集団における影響 消費者行動の集団における影響を解説する。	講義	該当部分の復習	60
13	テーマ:文化要因 消費者行動における文化要因を解説する。	講義	該当部分の復習	60
14	テーマ:まとめ 消費者行動論授業のまとめを行う。	講義	該当部分の復習	60
15	テーマ:復習・試験	講義・試験	全体の復習	60
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				

25				
26				
27				
28				
29				
30				
理解に必要な予備知識や技能	消費者行動論で登場する考え方をよりよく理解するためには、「マーケティング入門」との同時履修が望ましい。			
テキスト	指定なし プリント配布			
参考図書・教材／データベース・雑誌等の紹介	参考図書:「消費者行動の知識」日経文庫 日本経済新聞出版社			
授業以外の学習方法・受講生へのメッセージ	日ごろから新聞やテレビニュースに親しみ、消費動向のみならず、経済経営全般について問題意識を持つことが重要である。			
達成度評価に関するコメント	初回授業及びその都度指示をする。			