| 授業科目 | 消費者行動論 | | | | | 実務家教員担当科目 | - |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 単位 | 2 | 履修 | 選択 | 開講年次 | 2 | 開講時期 | 後期 |
| 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まかされても十分にそれを達成することができる「マーケティング・マインド」を養成する。 | | | | | | |
| 授業形態 | 講義 | | | | 授業方法 | | |

| 学生が達成すべき行動目標 | |
|---|---|
| 標準的レベル | 下記の消費行動の基本的な知識を身につけている。<br>1. 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。<br>2. 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。<br>3. 消費者行動と文化の関連性を理解することができる。 |
| 理想的レベル | 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。 |

評価方法・評価割合

| 評価方法 | 評価割合（数値） | 備考 |
|---|---|---|
| 試験 | 70% | |
| 小テスト | 30% | |
| 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 | | |

カリキュラムマップ（該当 DP）・ナンバリング

| DP1 | ○ | DP2 | ○ | DP3 | ○ | DP4 | - | DP5 | - | ナンバリング | T021202J |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

| 学習課題（予習・復習） | 1 回の学習目安（時間） |
|---|---|
| 授業で配布された資料をもとに復習し、興味・関心や疑問点を抽出しながら授業概要を把握する。 | 4 |

授業計画

| | |
|---|---|
| 第 1 回 | テーマ：授業ガイダンス<br>消費者行動論受講に関しての注意事項などガイダンスを行う。 |
| 第 2 回 | テーマ：消費者行動とはなにか<br>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。 |
| 第 3 回 | テーマ：知覚 |

| | |
|---|---|
| | 消費者の知覚がいかなるものかを解説する。 |
| 第 4 回 | テーマ:記憶<br>消費者の記憶に関する現象を解説する。 |
| 第 5 回 | テーマ:学習<br>消費者行動における学習を解説する。 |
| 第 6 回 | テーマ:動機づけと態度<br>消費者行動における動機づけと態度を解説する。 |
| 第 7 回 | テーマ:　小テスト<br>授業前半部分の習得を確認する。 |
| 第 8 回 | テーマ:関与と個人特性<br>消費者行動における関与と個人特性を解説する。 |
| 第 9 回 | テーマ:問題意識と購買意思決定<br>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。 |
| 第 10 回 | テーマ:情報探索<br>消費者行動における情報探索を解説する。 |
| 第 11 回 | テーマ:状況要因<br>消費者行動における学習を解説する。 |
| 第 12 回 | テーマ:集団における影響<br>消費者行動の集団における影響を解説する。 |
| 第 13 回 | テーマ:文化要因<br>消費者行動における文化要因を解説する。 |
| 第 14 回 | テーマ:外部講師授業<br>授業のまとめを行う。 |
| 第 15 回 | テーマ：まとめ<br>試験 |
| 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 |
| 課題に対するフィードバックの方法 | 第 1 回授業で指示するが、授業中の発言等によって評価する。課題に対するフィードバックは、講義の際に口頭、もしくは授業コメントシートに記入して返却するなどして実施する。 |
| 学生へのメッセージ・コメント | 消費者行動論の授業内容をより良く理解するためには、「マーケティング入門」を履修していることが望ましい。<br><br>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。 |