

| 科目番号 | 科目名 | 配当年次 | 授業形態 | 単位 | 担当教員 |
|---|-----------------|---|------|----|-------|
| H209 | 消費者行動論 | 2年 | 講義 | 2 | 北浦さおり |
| 授業概要 消費者と消費行動について基本的な理論を学び、それらの理論と日常生活や日頃の経験とどのように結びつくのかを学ぶことを目的としている。普段意識せずに目にしている広告などの情報を私たちはどのように処理して、どのように消費生活に役立っているのか、あるいは、どうして特定の何かを欲しいと思うのかなどについてなるべく身近な例を用いて解説すると同時に、映像や簡単なテストを使って、受講者にも体験してもらう機会を設ける。 | | | | | |
| 到達目標(学習の成果) ・消費者行動論の基礎を学習することで、消費生活の現状を理解し、その課題を発見できるようになる(DP3)。 ・消費行動に関する専門知識を身につけることができるようになる(DP2)。 | | | | | |
| 授業計画 | | | | | |
| 回 | 表題 | 学修内容 | | | |
| 1 | 消費者行動論とは？ | 消費者行動論で取り上げる範囲と学問上の背景を学ぶ | | | |
| 2 | 欲求と動機 | 欲求とニーズ、動機に関する理論を学び、理論を用いて実体験を考える | | | |
| 3 | 購買行動 | ブランド・ロイヤルティとバラエティ・シーキング、計画購買と非計画購買などを学ぶ | | | |
| 4 | 購買意思決定 | 意思決定モデル、選択に関する理論とプロスペクト理論について学ぶ | | | |
| 5 | 購買意思決定理論の応用 | 学習した理論を用いて日常の購買行動を考える | | | |
| 6 | 態度 | 態度に関する理論、関与、説得などについて学ぶ | | | |
| 7 | 知覚と記憶の基礎 | 知覚、解釈、記憶、学習について理論を学ぶ | | | |
| 8 | 消費行動における知覚と記憶 | 知覚、学習、記憶の理論の消費行動へ応用する | | | |
| 9 | 感情と気分 | 感情と気分が消費行動に与える影響について学ぶ | | | |
| 10 | 広告の基礎 | 広告の役割と広告の歴史について学ぶ | | | |
| 11 | 広告の効果 | 広告効果モデル、様々な媒体の広告の影響について学ぶ | | | |
| 12 | ブランドの基礎 | ブランド・エクイティ、ブランド・パーソナリティについて学ぶ | | | |
| 13 | ブランドがもつ意味 | いろいろなブランドの価値とブランドイメージについて考える | | | |
| 14 | 消費者への新しいアプローチ | ニューロマーケティングやICTの普及に伴う消費行動の変化について学ぶ | | | |
| 15 | 消費行動がもたらす個人への影響 | 買い物依存など消費行動が個人へ与える影響について学ぶ | | | |

準備学修(授業外の自己学修)

毎週授業内で課される小レポート作成の準備として、学修内容に記載されたキーワードについて調べておくこと。

成績評価の方法・基準(%表記)

毎授業内に課す小レポート20%、試験80%

| 観点 | S | A | B | C |
|---------------------|------------|--------------|------------|-------------|
| 消費生活における現状と課題に関する理解 | 完全に理解できている | ほぼ完全に理解できている | 十分に理解できている | 一定程度理解できている |
| 消費行動に関する専門知識の修得 | 完全に修得できている | ほぼ完全に修得できている | 十分に理解できている | 一定程度理解できている |

教科書

特になし

参考書等

特になし

履修上の注意・学修支援

他の受講生に迷惑がかかるため、私語は厳禁。

板書が多いが毎回しっかりノートを取ることを。

質問などは授業前(12:30~13:00)/授業後(16:10~16:30)を利用のこと。