

講義名	消費者行動論		
科目区分	学部専門科目		
担当教員	羽藤 雅彦		
開講期・曜日・時限	前期 木曜日 2時限		
履修開始年次	2年生	単位数	2
		講義コード	42066

主題と概要

本講義では、消費者の基本的な行動原理やモデルについて学習する。企業がマーケティング戦略の意志決定を行う際に、消費者行動の分析は欠かせない。理論やモデルを学習し、企業のマーケティング戦略と消費者行動論がどのような関連があるのかについて講義し、私たちの普段の消費者としての購買行動や消費行動の原理を科学的に解説していく。

到達目標

授業の到達目標及びテーマ
 (1)消費者行動論の基本モデルや概念の理解ができる。
 (2)自らの普段の消費者行動原理を理解できる。
 (3)企業が消費者の行動を、どのような手法で分析しようとしているのか理解できる。

提出課題

中間レポートがあります。

評価の基準

定期試験（筆記試験）の成績と中間レポートで総合評価。
 中間レポート 40%
 期末試験 60%

履修にあたっての注意・助言他

私語や講義途中の入室、途中退室、携帯電話やゲームなどの使用は控えてください。
 注意しても改善されない場合、減点対象となるか、採点（成績評価）対象から除外となります。

教科書

プリント資料及び参考文献

以下の3冊をベースに講義資料を作成しています。
 プリントを随時、配布するので購入は必須ではありません。
 消費者行動論に関する理解をより深めたい場合、購入をおすすめします。
 青木幸弘・新倉貢士・佐々木壮太郎・松下光司（2012）『消費者行動論』、有斐閣アルマ
 田中洋（2015）『消費者行動論ベーシックプラス』、中央経済社。
 陶山計介ら編（2017）『よくわかる現代マーケティング』、ミネルヴァ書房

授業計画

――消費者行動の概略――
 第1回：ガイダンス：消費者行動とマーケティング
 第2回：消費者行動と心理学
 第3回：消費者行動論の研究系譜（1）
 第4回：消費者行動論の研究系譜（2）
 ――消費者行動の心理学的メカニズム――
 第5回：消費者の決定フレームと選択ヒューリスティクス
 第6回：消費者の記憶
 第7回：消費者の動機づけと感情
 第8回：消費者の態度
 第9回：消費者の関与
 第10回：消費者の個人特性
 第11回：消費者行動における外的要因
 最新の動き――
 第12回：クチコミ
 第13回：ブランド
 第14回：ブランドの育成（ケーススタディ）
 第15回：ブランド・リレーションシップ

予習・復習

第2回で配布する資料に記載されているBMEモデルを常に意識して、次の講義で学ぶ箇所や、前の講義で学んだ箇所が消費者の意思決定プロセスのどの段階において重要なかを考えてください。
 また、講義中にいくつか質問をするので、その回答を日々の生活で考えてみてください。
 講義ごとに
 予習2時間

備考
