

講義名	消費者行動特論			
科目区分	特論科目			
担当教員	森藤　ちひろ			
開講期・曜日・時限	前期　金曜日　2時限			
	2018年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース） / 2017年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース） / 2016年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース） / 2015年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース）			
履修開始年次	1 年生	単位数	2	講義コード 52501

主題と概要

本講義では、配付資料を用いて消費者行動論で重要な理論を解説します。また、マーケティングおよび消費者行動に関する論文を基にディスカッションを行います。受講者個々の研究テーマと関連させて学び、理論の理解を深めます。

到達目標

- 1．消費者行動論の基本モデルや概念が説明できる。
- 2．自分や他人の消費者行動の原理を理解する。
- 3．自分の関心領域を見つけ、自分の研究に役立てられる知識を習得する。

提出課題

中間レポートと期末レポートを課します。

評価の基準

ディスカッション等講義内での貢献　30点
中間レポート　20点
期末レポート　50点
出席を前提とします。

履修にあたっての注意・助言他

事前に渡された配付物で予習をし、課題を実施した上で授業に参加してください。
中間レポートは単位修得の必須条件とします。
講義内での発言、グループおよび個人での発表など講義への積極的な参加に対し、加点をします。

教科書

.使用しない.

プリント資料及び参考文献

プリント資料を配付します。

参考文献
ソロモン / 松井剛監訳（2015）『ソロモン消費者行動論』，丸善．
青木幸弘（2010）『消費者行動の知識』，日本経済出版社．
青木幸弘他（2012）『消費者行動論』（有斐閣アルマ），有斐閣．
山田一成，池内裕美（2018）『消費者心理学』，勁草書房．

授業計画

- 1．消費、消費者とは
- 2．消費者を取り巻く社会
- 3．情報処理
- 4．購買意思決定
- 5．態度
- 6．知覚
- 7．学習
- 8．記憶
- 9．感情
- 10．自己と他者
- 11．消費者文化
- 12．消費者心理とマーケティング戦略
- 13．発表（1）
- 14．発表（2）
- 15．まとめ

予習・復習

予習：事前に配付資料を読み、課題を実施して講義に参加すること
復習：講義で学んだことやディスカッションを振り返り、要約すること

備考