講義名	消費者行動論(マーケティング学科)			授業形態	
担当教員	三浦 玉緒	開講期・曜日・時限	後期 月曜日 ３時限		
		単位数	2	履修開始年次	２年生	ナンバリング・コード	MKT264

主題と概要

本授業では、消費者行動論を中心に、消費者のニーズや行動を理解・分析するための基本的な概念や枠組みを学びます。
デジタル社会における消費者行動の変化や、消費者行動とブランド構築の関係についても扱い、マーケティング実践における課題や対応を検討する力の養成を目指します。

到達目標

① 消費者行動論の基礎的な知識を身につける。
② 消費者のニーズや行動について、様々な概念や枠組みを用いて説明することができる。

提出課題

ほぼ毎回、授業の最後に小テストを実施します。
小テストの内容は、その回の講義内容を理解できているか確認する選択式とし、「キャンパス クロス」のテスト機能、あるいはResponを用いるため、受講生は、各自、スマホ等の機器が必要になります。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

毎回の小テストの正答や、各受講者の点数は開示しません。
授業冒頭で、前回の小テストの内容に触れ復習します。

評価の基準

講義時間中に小テストを実施します。
配点等は、授業で説明します。
受付時間終了後の小テスト（課題）の提出は、いかなる理由があっても受理しません。
小テスト（課題）が3分の1以上未提出の場合は、放棄とします。

履修にあたっての注意・助言他

マーケティングの基礎的な科目を履修していることが望ましい。日頃から、自身や周りの消費行動、購買行動、あるいは、新しい商品・サービスに興味を持ち、授業の内容に関連付けて理解することを心がけてください。
状況次第で、授業の内容や順番を変更することがあります。

教科書

.使用しない.				

参考図書

.１からの消費者行動.	松井剛・西川英彦	碩学舎		9784502333415
.消費者行動の知識.	青木幸弘	日経文庫		9784532112226
.消費者行動論--マーケティングとブランド構築への応用.	青木幸弘	有斐閣		9784641124639

その他

講義資料は、PDFファイルでキャンパスクロスにアップロードします。　紙の資料は配布しません。

授業形態（アクティブ・ラーニング）

○	ア：PBL（課題解決型学習）		イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）		ウ：ディスカッション、ディベート
	エ：グループワーク		オ：プレゼンテーション		カ：実習、フィールドワーク
	キ：その他（ＡＬ型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）				

備考	状況によりシラバス修正の可能性があります。

授業計画

１．消費者行動論とは何か
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
２．知覚と消費者行動
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
３．学習と消費者行動
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
４．記憶のメカニズム
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
５．態度と関与
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
６．購買意思決定プロセス
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
７．セグメンテーション
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
８．コミュニケーション
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
９．店頭マーケティング
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
１０．アイデンティティと消費
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
１１．家族の購買意思決定
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
１２．集団と消費者行動
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
１３．ステイタスと消費者行動
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
１４．サブカルチャーと消費者行動
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。次回授業冒頭の復習において、小テストの解答を自己採点する（120分）。
１５．文化と消費者行動
予習内容：キャンパスクロスに事前に掲示する講義資料を熟読し、不明な内容は事前に調べる（120分）。
復習内容：自身の消費者行動について、授業で学んだ概念を使用し説明する。これまでの講義資料、講義ノートを振り返り、復習する（120分）。
ほぼ毎回、キャンパスクロス、あるいは、Responを使用して、問答を実施します。
状況によって、順番および内容を変更することがあります。

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

本授業では、消費者行動論の基礎的知識をもとに、顧客志向のマーケティング戦略について主体的に考え、協議できる力の養成を目指します。
消費者行動の理解を踏まえ、マーケティング実践における課題や対応策を論理的に説明できる力を身につけることで、ディプロマ・ポリシーに示される能力の修得につなげます。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

講義資料は、PDFファイルでキャンパスクロスにアップロードします。
講義連絡は、各自で確認し、別途、課題がある場合は所定の方法で期日を守って提出してください。
毎回の小テスト、あるいは、課題の提出、および、毎回の問答は、キャンパスクロス、もしくは、Responを使用します。

実務経験の有無及び活用

製造業において、B2Bビジネスに関わる実務経験があります。企業における実務の実態を踏まえつつ、授業を進めます。