

講義名	対)消費者行動論(人)		
担当教員	大槻 美聡		
開講期・曜日・時限	前期集中 その他 その他	授業形態	講義
履修開始年次	2年生	単位数	2

備考	
----	--

**主題と概要**

メーカーや流通企業で働くにも、サービス系の企業で働くにも、家業を継いだり起業したりするにも、「自分の商品やサービスを受け入れてくれるのはどのような人なのか」といった情報は今や必要不可欠です。「どんな理由で商品やサービスを購入するのか」、「誰がどんな買い方をして、どんな使い方をするのか」、「購買行動や消費行動の個人差はどんな要因で生じるのか」といった情報が整理できなければ、自信をもって商品やサービスを提供することはできません。

消費者行動論は、心理学、社会学、文化人類学、経済学などの色んな学問の知識を統合して消費者の「購買」や「消費」を解き明かそうと発展してきた学問です。「合理的に情報処理をする消費者」を想定する一方で、「なんでこんなものを買ったんだろう」という非合理的な行動についても、その背景や原因を解き明かそうと研究が進められています。講師が扱ってきた様々な企業のマーケティングの事例なども紹介しつつ、学生の皆さんが社会に出られたときに必要となる「消費者理解の方法」について、議論を交えつつ講義を行います。この学問の理解には、何よりも、皆さんの消費者としての体験がモノを言います。自分の理解、他人の理解に頭を使った皆さんは、夏休み中の4日間の集中講義を終えたと、世の中が違って見えてくると思います。

**到達目標**

消費者行動を整理するための専門用語や理論に親しむ。  
その言葉や理論を使って、自分や世間の人の消費者行動について整理して伝える体験をする。  
消費者行動の背景となる事象を踏まえ、実際の商品やサービスについて、新商品の企画や改善案を考える。

**提出課題**

集中講義につき、授業内でグループワークを課したり、次の日に提出していただく宿題も出します。

**課題(レポートや小テスト等)に対するフィードバック**

基本的に、授業内で講評や解説を行う予定です。

**評価の基準**

授業への参加態度(発言・課題提出など):3割  
テスト:7割

**履修にあたっての注意・助言他**

授業はインタラクティブに行います。聞いてみませんでした」「わかりません」という発言につながり授業の妨げとなりますので、指示した時以外での、授業中のスマホの利用は認めません。消費者としての自覚ができれば、学問的な経験は必要ありませんが、マーケティングの基礎知識があるほうが授業を楽しめると思います。

教科書					

**プリント資料及び参考文献**

初回授業で資料を配布します。

**授業計画**

- 1 消費者行動論を学ぶ意味
- 2 消費者の情報処理
- 3 購買意思決定プロセス
- 4 購買前の情報処理
- 5 購買時の情報処理
- 6 購買後の情報処理
- 7 消費行動と消費パターンの分析
- 8 消費行動の変化
- 9 情報処理のメカニズム
- 10 情報処理の動機づけ
- 11 購買意思決定プロセスとマーケティング
- 12 購買意思決定の特性とマーケティング
- 13 ブランド構築と統合型マーケティングコミュニケーション
- 14 消費者文化への断片的アプローチ
- 15 非日常的意味を伴う消費者文化

4日間の授業内で、1日一回以上、グループワークを設けます。  
履修人数と受講者のレベルを見て、授業内容に変更を加える場合もあります。

**授業形態(アクティブ・ラーニング)**

<input type="checkbox"/> ア: PBL(課題解決型学習)	<input type="checkbox"/> 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)
<input type="checkbox"/> ウ: ディスカッション、ディベート	<input type="checkbox"/> エ: グループワーク
<input type="checkbox"/> オ: プレゼンテーション	<input type="checkbox"/> カ: 実習、フィールドワーク
<input type="checkbox"/> キ: その他(A-L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)	

**準備学修(予習・復習等)の具体的な内容及びそれに必要な時間**

授業内で課した宿題やグループワークについて、毎日30分程度の予・復習が必要です。

**卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連**

**双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述**

基本的には対面型を想定していますが、状況を判断したうえで本学の方針に従い、オンラインに切り替える場合があります。

**実務経験の有無及び活用**

マーケティングの現場に携わっているので、マーケティング関連の仕事の面白いところ、難しいところなどについて、近年の事例なども踏まえて具体的に学ぶことができると思います。

**備考**