

講義名	消費者行動論（経営学科）			授業形態	
担当教員	藪野 祥太	開講期・曜日・時限	後期 火曜日 1時限		
		単位数	2	履修開始年次	2年生

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します。企業がマーケティング戦略の意思決定を行う際に、消費者行動の分析は欠かせません。そのため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きます。

到達目標

- (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

講義中のミニレポート
中間課題

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

ミニレポートおよび中間課題については、講義中にフィードバックを行います。

評価の基準

ミニレポート：約30%
中間課題：約20%（日程は変更の可能性あり）
期末試験：約50%

履修にあたっての注意・助言他

講義中の入室は控えてください。
講義中の私語は退室を命じる場合があります。

教科書

.使用しない。				
---------	--	--	--	--

参考図書

.消費者行動論(ベーシック+)	田中洋	中央経済社	2640	9784502126512
.消費者行動論(有斐閣アルマ Specialized)	青木幸弘・新倉貴士・佐々木社太郎・松下光司	有斐閣	2420	9784641124639
.1からの消費者行動 第2版	松井剛・西川英彦	中央経済社	2640	9784502333415

その他

授業計画

1. ガイダンス / 消費者行動とマーケティング
2. 消費者ニーズ
3. 購買行動
4. 購買意思決定プロセス
5. 消費者の態度
6. 消費者の知識
7. 消費者の記憶
8. 消費者の知識
9. 消費者の感情
10. 中間課題 / 所有と価値
11. 本物による幸福
12. 経済学的アプローチ
13. 豊かさと幸福
14. マクロ視点からの消費
15. 企業と消費 / 総まとめ

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（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）	

準備学習（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

- 予習：2時間
- 次週のテーマに関して、参考文献等をもとにキーワードについてあらかじめ調べておく
- 復習：2時間
- 学んだ内容についてキーワードを説明できるようにする
- 学んだ内容にあてはまる事例を探してくる

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

経営学科のディプロマ・ポリシーにおける「各業界の動向や問題点を理解するための基礎知識を身につけ、これをもとに、企業マネジメントに関する問題探索、課題提案ができる」という能力に寄与する。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

実務経験の有無及び活用

実務経験あり（当科目には関連なし）

備考