

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 火曜日 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					
企業が顧客志向のマーケティングを効果的に実践するためには、消費者のニーズや行動についての理解と分析が求められます。本授業では、市場を構成する消費者のニーズや行動を理解するための基本的な概念や分析枠組みを学びます。進化するデジタル社会において、消費者のニーズや行動は、ますます多様化していますが、こういった変化を捉え新しい商品・サービスを創出するためにも、消費者行動を理解するための基本的な知識の活用が期待されます。また、消費者行動とブランド構築の関係についても触れます。消費者行動論の基礎的な知識を習得することにより、マーケティングの実践における課題や対応について検討する力を養うことを目指します。					
到達目標					
消費者行動論の基礎的な知識を身につける 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。 別途、課題を提示する場合は、授業内でフィードバックします。					
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。 3分の1以上欠席した場合は、小テスト、課題の提出は受理されません。					
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					
.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		
授業計画		
1. 消費者行動論とマーケティング 予習内容：キャンパスクロスに事前に表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. 消費者行動の分析フレーム 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 3. 購買行動の分析フレーム 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 4. 消費者行動研究の系 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 5. 消費者の内動プロセスの解明 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 6. 消費者行動の分析単位と3つのアプローチ 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 7. 消費様式の選択メカニズム 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 8. 購買行動と意思決定 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 9. 購買意思決定プロセス 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 10. 消費者の情報処理プロセス 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 11. 消費者知識の構造の側面 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 12. 知識構造の理解とブランド構築 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 13. 「関与」概念 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 14. 消費者関与と情報処理プロセス 予習内容：上記と同様 復習内容：上記と同様 15. 消費者関与とコミットメント 予習内容：上記と同様 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）。 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。		
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）	
卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連		
顧客志向のマーケティング戦略について、主体的に考え、参加し、協議できるように、消費者行動の現象を捉えるだけでなく、マーケティング戦略の実践における課題と対策について、消費者行動の観点から論理的に説明するための知識を身につけることを目指した授業内容です。		
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。		
備考		
状況によりシラバス修正の可能性があります。		