

科目名	消費者行動論			ナンバリング	SOC451	授業形態	講義
対象学年	3 年	開講時期	前期	科目分類	選択	単位数	2 単位
代表教員	佐原太郎	担当教員					

授業の概要	日常生活において「消費」という行動は何気なく繰り返されているが、消費に至るまでの行動プロセスは実に複雑である。本講義では、心理学、社会学、経営学といった多様な学問領域の観点から消費者行動論の基礎的な概念、理論について学ぶ。 消費者行動の基礎的な概念、理論の理解を通じて、現実社会における消費者行動を分析的に考察できる目を養うことを目的とする。						
到達目標	1. 消費者行動論の基礎的な概念、理論を理解する。 2. 消費者行動論の理論を応用して、現実社会の消費者の行動を分析的に考察できる。						
学習のアドバイス (勉強方法、履修に必要な予備知識など)	講義内で提示されるキーワードは必ず書き出し、その意味を説明できるようにする。次の段階では、キーワード間のつながりを考えて体系的に説明できるようにする。講義で示されるスライドや配付資料を自分の言葉で説明できるようになることを一つの目標として学習に取り組む。						
ディプロマポリシーとの 関連	【教養学部 地域教養学科のディプロマポリシー】						
	○	1. 専攻分野それぞれの基礎的な知識を確実に身につけ、それらを活用して基本的な問題を解決することができる。					
	○	2. 専攻分野それぞれの基本的スキルを、地域社会に貢献するために活用することができる。					
	○	3. 自分の意見や考えを説明し、他者と協調して積極的にコミュニケーションをとることができる。					
		4. 広い視野と論理的・批判的思考力を身につけ、困難な課題や予測不能な事態に直面しても適切に対処することができる。					
		5. 社会の一員としての自覚を持ち、社会生活の場において、地域を支える社会人・職業人としてふさわし関心・意欲・態度を示すことができる。					

標準的な到達レベル(合格ライン)の目安	理想的な到達レベルの目安
①消費者行動の一連のプロセスについて説明できる。 ②消費者行動に関する基礎的概念について説明できる。 ③消費者の行動を分析する枠組みについて説明できる。	①消費者行動の一連のプロセス、基礎的概念、分析枠組みを体系的に理解し、説明できる。 ②上記の知識にもとづいて自分自身の消費行動を分析できる。

成績評価観点 評価方法	知識・理解	思考・判断	関心・意欲	態度	技能・表現	その他	評価割合
定期試験(中間・期末試験)							
小テスト・授業内レポート	○	○					75%
宿題・授業外レポート	○	○					15%
授業態度・授業への参加			○	○			10%

課題、評価のフィードバック	講義の最後に、講義内容に関する振り返り小テストを実施し(manab@を使用)、次授業の冒頭で解説する。
---------------	--

授業計画	回次	テーマ	授業内容	備考
	第1回	イントロダクション	講義全体の流れを説明し、消費者行動とは何かについて概説する。	
	第2回	知覚	消費者が商品やそれに関連する情報を知覚するプロセスについて解説する。	
	第3回	学習	学習によって変化する消費者の行動について解説する。	
	第4回	記憶	消費者の商品購買時における記憶の影響について解説する。	
	第5回	関与と態度	購買行動の説明や予測における、態度と関与の関係性について解説する。	
	第6回	意思決定	消費者の購買意思決定プロセスについて解説する。	
	第7回	セグメンテーション	消費者へのマーケティングの視点から、セグメンテーションの役割を重要性について解説する。	
	第8回	コミュニケーション	消費者へのマーケティングの視点から、コミュニケーションの効果について解説する。	
	第9回	店頭マーケティング1	店頭における消費者へのマーケティングについて解説する。	
	第10回	店頭マーケティング2	店頭における消費者へのマーケティングについて解説する。	
	第11回	店頭マーケティング3	店頭における消費者へのマーケティングについて解説する。	
	第12回	家族	家族の購買意思決定メカニズムについて解説する。	
	第13回	集団	集団の購買意思決定メカニズムについて解説する。	
	第14回	ステータス	消費行動におけるステータスの影響について解説する。	
	第15回	まとめ	第1回から第14回までの復習と要点整理を行う。	
	試験	試験は実施しない。		
授業の進め方		基本的に講義と質疑応答とする。各講義の最後には講義内容に関する振り返り小テストを実施する。		
授業外学習の指示		講義の内容を復習する。不明な点がある場合は教員に質問すること。 （授業外学習時間： 毎週 90 分）		

教科書	教科書は使用しない。随時、資料を配付する。
参考書	松井剛・西川英彦 編著(2016)「1からの消費者行動」発行所：碩学舎、発行元：中央経済社(定価：¥2,400、ISBN:978-4-502-16151-3)「日本経済新聞」、「日経MJ(流通新聞)」など。
参考URLなど	特になし
その他	「消費と流通1,2」、「マーケティング1,2」、「消費と流通事例研究」を履修済あるいは履修していることが望ましい。 また、知識定着のため、他の経営学・マーケティング関連科目もあわせて履修することが望ましい。 講義後半に実施するミニクイズはmanab@のレポート機能を使用する。