

講義コード	11C0121400	授業形態	講義	事前登録の有無	なし	担当教員	北浦 さおり	開講期	第1期
科目名	消費者行動論					北浦 さおり		第1期	
履修前提条件						備考			
授業の目的	消費者と消費行動について基本的な理論を学ぶことを目的としている。また、それらの理論が日常生活とどのように結びつくのかを理解することも目的としている。なるべく身近な事例を用いて解説すると同時に、映像や簡単なテストを使い、受講生にも体験してもらう機会を設ける。								
到達目標	消費者行動論の基礎的な理論について、実生活に即して理解できるようになる。								
授業外学修内容・授業外学修時間数	この科目では、少なくとも60時間の自主的な学修が必要である。毎回の講義で、次の講義で課される小レポートの課題を発表する。授業外学修では、その課題に取り組むこと。								
授業計画	<ul style="list-style-type: none"> 【第1回】 消費者行動論とは：消費者行動論で取り上げる範囲と学問上の背景を学ぶ 【第2回】 欲求と動機：欲求とニーズ、動機に関する理論を学び、理論を用いて実体験を考える 【第3回】 購買行動：購買行動のプロセス、購買行動の種類、購買の計画性を学ぶ 【第4回】 購買意思決定：意思決定モデル、選択に関する理論とプロスペクト理論について学ぶ 【第5回】 態度：態度に関する理論、関与、説得などについて学ぶ 【第6回】 感覚と知覚の基礎：感覚、知覚、解釈について理論を学ぶ 【第7回】 消費行動における感覚と知覚：感覚と知覚の理論を消費行動へ応用する 【第8回】 感情と気分：感情と気分が消費行動に与える影響について学ぶ 【第9回】 広告の基礎：広告の役割と広告の歴史について学ぶ 【第10回】 広告の効果：広告効果モデル、さまざまな媒体の広告の影響について学ぶ 【第11回】 ブランドの基礎：ブランド・エクイティ、ブランド・パーソナリティについて学ぶ 【第12回】 ブランドがもつ意味：いろいろなブランドの価値とブランドイメージについて考える 【第13回】 消費者への新しいアプローチ：ニューロマーケティングやICTの普及に伴う消費行動の変化について学ぶ 【第14回】 消費行動がもたらす個人への影響：買い物依存など消費行動が個人へ与える影響について学ぶ 【第15回】 まとめ 								
成績評価の方法	評価割合は、講義内小レポート20%、試験80%とする。								
フィードバックの内容	小レポートに対する講評を次回の講義冒頭で行う。								
教科書									
指定図書									
参考書	『消費者行動論体系』田中 洋（中央経済社）2008年、『消費者行動論』守口 剛・竹村 和久（編著）（八千代出版株式会社）2012年								
教員からのお知らせ	受講生の理解度を見ながら進めるため、場合によっては内容を変更することがある。								
オフィスアワー	本授業に関する質問・相談は、授業終了後、次の授業に支障がない範囲で教室内にて対応する。								
その他									