

授業概要

本講義では、消費者行動を「人間が消費諸活動を現実に行い、経験すること」と捉えます。それでは、消費とはいったい何でしょうか？ また、消費諸活動を現実に行い、経験することとはいったいどういうことでしょうか？ これらの問題を理解するためには、消費者行動論だけではなく、消費者行動論を取り巻く様々な隣接領域の学問（経済学、心理学、社会学など）も理解することが必要となります。これらのことを事例と理論とで理解し、実際に理論を駆使して消費者行動に関わる現象を説明できるようになることが、本講義のねらいです。

授業計画

第 1 回	オリエンテーション
第 2 回	消費者とは何か
第 3 回	消費者ニーズ
第 4 回	買い物行動
第 5 回	購買意思決定
第 6 回	態度
第 7 回	知覚
第 8 回	記憶
第 9 回	知識
第 10 回	感情
第 11 回	自己と他者
第 12 回	消費者文化
第 13 回	顧客満足
第 14 回	パーソナライゼーション
第 15 回	まとめ
第 16 回	試験

到達目標

消費者行動とは何かを理解し、実際に理論を駆使して消費者行動に関わる現象を説明できるようになるため、本講義では消費者行動の基礎的な内容を講義し、自らの頭で消費者行動について考えていく能力を磨いていきます。

履修上の注意

講義はパワーポイントにて講義を進めていきます。また、講義内で質問をしますので、日頃から自分がなぜこの商品・サービスを購入したのか等について関心を持ってください。

予習・復習

シラバスを見ながら、テキストや参考書等で予習・復習を行うこと。

評価方法

発言点等（10%）、試験（90%）によって評価する。

テキスト

参考書

- ・『1からの消費者行動』中央経済社。
- ・田中洋著『消費者行動論体系』中央経済社。