

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。これらのことを理解するために、明治乳業株式会社（現：株式会社明治）の販売企画部での実務経験に基づいた様々な事例を説明します。そして、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	消費者行動とは何か①なぜ消費者行動が重要なのか
第 3 回	消費者行動とは何か②消費者行動の分析フレーム
第 4 回	消費者行動とは何か③消費者意思決定プロセス
第 5 回	消費の目的と製品選択①消費者の選択行動における伝統的研究
第 6 回	消費の目的と製品選択②消費の目的を考慮した製品選択プロセス
第 7 回	マス・コミュニケーションと消費者行動①初期のマス・コミュニケーション研究
第 8 回	マス・コミュニケーションと消費者行動②主なマス・コミュニケーション理論
第 9 回	ICT 時代の消費者行動①東芝クレマー事件
第 10 回	ICT 時代の消費者行動②リカバリー・パラドックス
第 11 回	グローバル消費者行動①世界標準化戦略と現地適応化戦略
第 12 回	グローバル消費者行動②文化と消費者行動
第 13 回	パーソナライゼーション
第 14 回	顧客満足
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。その際に、実務経験を活かした数多くの事例を紹介することで、理論の理解を促進します。

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%）、レポート（30%）、試験（60%）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。