

学籍番号: _____ 氏名: _____ 日付: _____ 年 _____ 月 _____ 日(_____ 曜日)

2014年後期 消費者行動論 II

2. マーケティング・プロセス

問1: マーケティング・プロセスを描け

問2: Rとは

問3: STPとは

問4: C(最初のC)とは

問5: MMとは

問6: Iとは

問7: C(後のC)とは

問8: 具体的な製品・ブランドを一つ取り上げ、そのマーケティング・プロセスをイメージして描け

学籍番号: _____ 氏名: _____ 日付: _____ 年 _____ 月 _____ 日 (_____ 曜日)

2014年後期 消費者行動論 II

3. 消費者行動理論概要1

問1: 購買意思決定モデルを構成する主要な3つの要素とは

問2: 内部要因と外部要因の具体例をそれぞれあげよ

内部要因:

外部要因:

問3: ライフスタイル、ライフコースとは

ライフスタイル:

ライフコース:

問4: 購買意思決定プロセスを描け

問5: 情報処理モデルを描け

問6: 具体的なある製品・ブランドを購買する状況を一つ取り上げ、それを購買意思決定モデルで説明・記述せよ。

学籍番号: _____ 氏名: _____ 日付: _____ 年 _____ 月 _____ 日 (_____ 曜日)

2014年後期 消費者行動論 II

4. 消費者行動理論概要2

問題認識(特にマーケティング・プロセスにおける市場機会特定に関係)

問1: 購買行動を(直接的に)引き起こす要因とは

問2: ニーズの種類をあげよ

問3: ものの象徴的機能とは

問4: ブランドとは

問5: 動機とは

問6: 関与とは

問7: 関与の高低は何に起因するのか; 関与の高低は何に影響を与えるのか

学籍番号: _____ 氏名: _____ 日付: _____ 年 _____ 月 _____ 日 (_____ 曜日)

2014年後期 消費者行動論 II

4. 消費者行動理論概要3

情報検索から購買後評価まで(特にマーケティング・プロセスにおけるコンセプト開発・修正に関係)

問1: 情報検索とは

問2: 記憶の機能(役割)とは

問3: 想起集合とは; 知名集合とは

問4: スキーマとは; スクリプトとは

問5: 連想ネットワークとは; その例を描け

問6: 代替案評価とは

問7: 選択・購買とは

問8: 購買履歴調査とは; それにより何が分かるか

問9: 購買後評価を捉える概念(二種)とは

1. _____ それは何と何の差によって感じられるのか

2. _____ それは何により測定できるか