

2015年前期 消費者行動 I

レポート課題1: 消費者ニーズ

自分の周りの人のうち、ある消費分野に対して異なるブランドの選択をする2人を取り上げ、彼らに対する聞き取りを行い、彼らのそのブランド選択、その背景となる(a)ニーズ、(b)動因(理想の状態)、(c)誘因(ニーズ充足させるもの)、を記述せよ。

その上で、彼らのブランド選択に影響を与えるために、そのマーケターとして何ができるか・何をすべきか、考察せよ。

分量: A4で1ページ程度あるいはそれ以上。

期限: 2015年 5月 8日(金曜)の授業開始時まで。

評価:

提出されたレポートを、次の評価基準によるA, B, C, D, Eの5段階で評価する。

A: 取り上げた2人に関するブランド選択、ニーズ、動因、誘因を十分に分析し、かつそのブランド選択に影響を与えるための考察がなされている。

B: ブランド選択、ニーズ、動因、誘因を十分理解している。しかしそのブランド選択に影響を与えるための考察までには至っていない。

C: ブランド選択、ニーズ、動因、誘因をある程度理解しているが、不十分。

D: ブランド選択、ニーズ、動因、誘因についてほとんど理解できていない。

E: 未提出、白紙、課題と無関係な内容を記述するもの。

F: 不正行為によるもの(ネット、教科書等のまる写しを含む)。

適時簡単なコメントをもって返却する。

本授業全体の成績評価は、3回の各レポート課題評価(A,B,C,D)、および授業態度(積極性など)をもっておこなう。

注意:

1. 本授業では3回のレポート課題を課し、そのうちひとつでも評価がEあるいはFであった場合は、本授業を失格とする。(本授業において、2/3以上の出席率、3回の課題レポートをすべて提出しかつ評価E, Fに該当しない、これらは採点(成績評価)のための前提条件。)

2. 他人のレポートを写す、あるいは他人に自身のレポートを写させることはもちろん、ネット、教科書等のまる写しは不正行為。そのような行為は固く禁じる。発覚した場合は本授業失格と同時に、厳しく処遇され得る。

3. 期限までに提出している場合、返却後、内容を修正し再提出することは可能。再提出されたものをあらためて評価する。

以上

2015年前期 消費者行動 I

レポート課題2: 購買履歴調査

自分の周りの人のうちのある一人を取り上げ(家族、友人等)、その人のある過去5日間の食品・日用品等の購買履歴をレシート等で参照し、その人のブランド選択、ブランドロイヤルティ、その他購買パターン、購買志向を考察し、記述説明せよ。

その上で、その人のブランド選択に影響を与えるために、マーケターとして何ができるか・何をすべきか、考察せよ。

分量: A4で1ページ程度あるいはそれ以上。

期限: 2015年 6月 12日(金曜)の授業開始時まで。

評価:

提出されたレポートを、次の評価基準によるA, B, C, D, Eの5段階で評価する。

- A: 取り上げた人に関するブランド選択、ブランド・ロイヤルティ、その他購買パターン、購買志向を、購買履歴調査により、十分に分析し、かつそのブランド選択に影響を与えるための考察がなされている。
- B: 購買履歴調査を十分理解している。しかしそのブランド選択に影響を与えるための考察までには至っていない。
- C: 購買履歴調査をある程度理解しているが、不十分。
- D: 購買履歴調査についてほとんど理解できていない。
- E: 未提出、白紙、課題と無関係な内容を記述するもの。
- F: 不正行為によるもの(ネット、教科書等のまる写しを含む)。

適時簡単なコメントをもって返却する。

本授業全体の成績評価は、3回の各レポート課題評価(A,B,C,D)、および授業態度(積極性など)をもっておこなう。

注意:

1. 本授業では3回のレポート課題を課し、そのうちひとつでも評価がEあるいはFであった場合は、本授業を失格とする。(本授業において、2/3以上の出席率、3回の課題レポートをすべて提出しかつ評価E, Fに該当しない、これらは採点(成績評価)のための前提条件。)
2. 他人のレポートを写す、あるいは他人に自身のレポートを写させることはもちろん、ネット、教科書等のまる写しは不正行為。そのような行為は固く禁じる。発覚した場合は本授業失格と同時に、厳しく処遇され得る。
3. 期限までに提出している場合、返却後、内容を修正し再提出することは可能。再提出されたものをあらためて評価する。

以上

2015年前期 消費者行動 I

レポート課題3: 多属性態度モデル

自分の周りの人のうち、ある消費分野に対して異なるブランドの選択をする2人を取り上げ、彼らに対する聞き取りを行い、彼らのそのブランド選択について、それに至る経緯を多属性態度モデルにより記述説明せよ。

その上で、彼らのブランド選択に影響を与えるために、そのマーケターとして何ができるか・何をすべきか、考察せよ。

分量: A4で1ページ程度あるいはそれ以上。

期限: 2015年 7月 10日(金曜)の授業開始時まで。

評価:

提出されたレポートを、次の評価基準によるA, B, C, D, Eの5段階で評価する。

A: 取り上げた2人に関するブランド選択、態度を多属性態度モデルにより十分に分析し、かつそのブランド選択に影響を与えるための考察がなされている。

B: 多属性態度モデルを十分理解している。しかしそのブランド選択に影響を与えるための考察までには至ってはいない。

C: 多属性態度モデルをある程度理解しているが、不十分。

D: 多属性態度モデルについてほとんど理解できていない。

E: 未提出、白紙、課題と無関係な内容を記述するもの。

F: 不正行為によるもの(ネット、教科書等のまる写しを含む)。

適時簡単なコメントをもって返却する。

本授業全体の成績評価は、3回の各レポート課題評価(A,B,C,D)、および授業態度(積極性など)をもっておこなう。

注意:

1. 本授業では3回のレポート課題を課し、そのうちひとつでも評価がEあるいはFであった場合は、本授業を失格とする。(本授業において、2/3以上の出席率、3回の課題レポートをすべて提出しかつ評価E, Fに該当しない、これらは採点(成績評価)のための前提条件。)

2. 他人のレポートを写す、あるいは他人に自身のレポートを写させることはもちろん、ネット、教科書等のまる写しは不正行為。そのような行為は固く禁じる。発覚した場合は本授業失格と同時に、厳しく処遇され得る。

3. 期限までに提出している場合、返却後、内容を修正し再提出することは可能。再提出されたものをあらためて評価する。

以上