

## 消費者行動論 I

教科書：青木幸弘、2010、消費者行動の知識、日本経済新聞出版社。

参考書：池尾恭一、青木幸弘、南知恵子、井上哲浩、2010、「マーケティング」、有斐閣。

## 概要：

消費者行動の理解は、消費者価値の創造を目指すマーケティング活動に欠かせない。

店頭の商品棚で、消費者の注意を引き、手に取られ、購買され、消費され、満足され、そして次も買おうと思わせるような商品とは、どのようなものか。

広告や口コミによって、あるいは通りすがりに目にしたことで一度訪れてみたいと思わせ、そして実際に訪れればそこで感動を与えるようなサービスとは、どのようなものか。

消費者はなぜ、どのような経緯で、何を思い、そのように行動するのか。

## 目標：

身の回りの消費行動に関心を持ち、各種理論で説明できるようになる。さらにどのように影響を与えるか考えることができる。

## 各授業テーマ

	消費者行動論 I	課題レポート
4/8 Fri	1. 消費者行動とマーケティング 消費者行動とは、マーケティングプロセス、STP	
4/15 Fri	2. 消費者行動の分析フレーム1 消費者行動の分析視点、消費行動の規定因	
4/22 Fri	3. 消費者行動の分析フレーム2:購買行動 購買行動における選択レベル、購買意思決定プロセス	第1回レポート課題提示:ニーズ・動機
4/29 Fri	4. 消費者行動研究の系譜1:主要な系譜 主要な系譜、購買行動の規定因(1)、ニーズ、動機	
5/6 Fri	5. 消費者行動研究の系譜2:動機 Motivation Research、象徴的消費	第1回レポート課題提出×切
5/13 Fri	6. 消費者行動研究の系譜3:行動への注目 購買履歴調査、ブランドロイヤルティ	第1回レポート課題返却
5/20 Fri	7. 消費者行動研究の系譜4:—SRとSOR SRアプローチ、SORアプローチ	第2回レポート課題提示:購買履歴調査
5/27 Fri	8. 消費者行動研究の系譜5:態度モデル 態度、多属性態度モデル	
6/3 Fri	9. 消費者行動研究の系譜5:情報処理モデル 情報処理モデル	第2回レポート課題提出×切
6/10 Fri	10. 購買意思決定プロセス1 購買行動の規定因(2)、購買意思決定プロセス	第2回レポート課題返却
6/17 Fri	11. 購買意思決定プロセス2 代替案評価、評価ルール、選択・購買、購買後評価	第3回レポート課題提示:多属性態度
6/24 Fri	12. 情報処理とブランド知識 記憶、カテゴリー知識構造、連想ネットワーク	
7/1 Fri	13. 関与水準とコミットメント 関与、関与の規定因、関与測定	
7/8 Fri	14. 消費文化と象徴的消費	第3回レポート課題提出×切
7/15 Fri	15. 消費様式の選択メカニズム 消費様式、ライフスタイル、ライフコース	第3回レポート課題返却