

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

2016年前期 消費者行動論 I

## 1. 消費者行動とマーケティング

問1: 消費者行動の主な問題とは何か。

問2: 消費者行動を学ぶ意義とは何か。

問3: 消費者理解の必要性は何に起因しているか:

問4: マーケティングマネジメントプロセスを描け。

問5: STPとは何か。

問6: 消費者行動に関して特に関心があること・学びたいことを一つ以上あげよ。

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

2016年前期 消費者行動論 I

## 2. 消費者行動の分析フレーム1

問1: 消費者行動の分析視点の例を2つあげよ:

- 1.
- 2.

問2: 消費行動を規定するものは大きく何か。6つあげ、それらの関係も描け:

問3: 自身の消費行動の規定因、それらの関係を描け:

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

2016年前期 消費者行動論 I

### 3. 消費者行動の分析フレーム2—購買行動

問1: 購買行動における選択レベルをあげよ:

問2: 購買意思決定プロセスの3つのフェーズ・5つのプロセスをあげよ:

問3: 購買意思決定モデルの代表的なものの構成要素をあげよ:

問4: その内的要因、外的要因それぞれの例をあげよ:

4-1: 内的要因:

4-2: 外的要因:

問5: 最近の自身の購買行動を一つ取り上げ、購買意思決定プロセスを用いて説明せよ。

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

2016年前期 消費者行動論 I

#### 4. 消費者行動研究の系譜1—その主要な系譜

問1: 消費者行動研究における3つの主な系譜(流れ)をあげよ:

問2: 購買行動の規定因は何か:

問3: ニーズはどう生じるか:

問4: 動機はどう形成されるか:

問5: ニーズの主な種類をあげよ:

問6: 手段—目標連鎖とは何か:

問7: 最近の自身の購買行動を一つ取り上げ、その時のニーズについて詳しく説明せよ(どのタイプのニーズか、等)。

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

2016年前期 消費者行動論 I

## 5. 消費者行動研究の系譜2—動機への注目

問1: Motivation Researchのポイントとは何か:

問2 象徴的消費とは何か:

問3: 製品やブランドの象徴的機能とは何か:

問4: Motivation Researchで特に重視された調査方法とは何か。その例を挙げ説明せよ:

問5: Motivation Researchの問題点とは何か:

問6: 最近の自身の購買行動について、象徴的消費として見ることのできるものを一つ取り上げ、記述せよ。

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

2016年前期 消費者行動論 I  
6. 消費文化と象徴的消費

問1: 文化とは何か

問2 その文化グループに属するメンバーは、何を共有するか

問3: 伝説とは何か。またその伝説の機能とは何か。

問4: 儀式とは何か。また儀式の機能とは何か。

問5: 神聖化と世俗化とは何か。またそれらの具体例をあげよ。

問6: 自分が所属していると思われるある(消費)文化を記述せよ

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

2016年前期 消費者行動論 I

## 7. 消費者行動研究の系譜3—行動への注目

問1: パネル調査(購買履歴調査)とは何か:

問2: ブランドロイヤリティはどのようにして測定されるか:

問3: 購買履歴データにより、他に何が分かるか:

問4: Motivation Researchとパネル調査(購買履歴調査)とはどう異なるか:

問5: パネル調査(購買履歴調査)の問題点とは何か:

問6: 最近の自身の購買行動のうち、ブランドロイヤリティとして説明できるものを一つ取り上げ、記述せよ。

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

2016年前期 消費者行動論 I

## 8. 消費者行動研究の系譜4—SRとSOR

問1: SRアプローチ(反応注目型モデル)とは何か:

問2: SRアプローチは何を重視するのか:

問3: SORアプローチ(構造明示型モデル)とは何か:

問4: SORアプローチの例をあげよ。

問5: SORアプローチは何を重視するのか:

問6: 最近の自身の購買行動のうち、SRアプローチによる説明で十分なもの、SORアプローチでないと説明できないものをそれぞれ一つ取り上げ、記述せよ。



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

2016年前期 消費者行動論 I

## 9. 消費者行動研究の系譜5—内的プロセス1—態度モデル

問1: 態度 (attitude) とは何か:

問2: なぜ態度が重視されるのか:

問3: 多属性態度モデルにおいて、あるものに対する態度とは何で説明されるか(起因するか):

問4: その具体例を考えよ

問5: この態度モデルの問題点とは何か:

問6: 最近の自身の購買行動を一つ取り上げ、多属性態度モデルにより説明せよ。

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

2016年前期 消費者行動論 I

10. 消費者行動研究の系譜6—内的プロセス2—情報処理モデル

問1: 情報処理モデルとは何か:

問2: 情報処理モデルの特徴(3つ)を説明せよ:

- 1.
- 2.
- 3.

問3: SORとの主な違いは何か:

問4: 情報処理モデルの問題点とは何か:

問5: 最近の自身の購買行動を一つ取り上げ、情報処理モデルにより説明せよ。

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

2016年前期 消費者行動論 I

## 11. 購買意思決定プロセス1

問1: 購買行動を規定する要因とは:

問2: 購買行動において、動機は情報処理にどう影響を与えるか:

問3: 購買意思決定プロセスの3つのフェーズ・5つのプロセスをあげよ(復習):

問4: 問題認識とは:

問5: 情報検索とは:

問6: 最近の自身の購買行動について、(1)強い動機をもっていた場合、その時の情報処理の様子、(2)弱い動機をもっていた場合、その時の情報処理の様子、それぞれの例を記述せよ。

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

2016年前期 消費者行動論 I  
12. 購買意思決定プロセス2

問1: 代替案評価とは:

問2: 評価ルールの種類をあげよ:

問3: 選択・購買とは:

問4: 購買後評価とは:

問5: 消費者は購買行動の繰り返しの中で、その購買意思決定プロセスをどのように変容させるか:

問6: 最近の自身の購買行動を一つ取り上げ、そのときの代替案評価を記述せよ(特に使った評価ルールも含めて)。

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

2016年前期 消費者行動論 I

### 13. 消費者の情報処理とブランド知識

問1: 消費者情報処理理論において、記憶はどのような機能を果たすか:

問2: 情報の符号化とはどのようなことか:

問3: 意味記憶とは何か:

問4: あるカテゴリ知識構造の例を図示せよ:

問5: あるブランドについて、その連想ネットワークの例を図示せよ:

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

2016年前期 消費者行動論 I

#### 14. 消費者の情報処理とブランド知識

問1: スキーマとは何か。またスキーマ活用の例を説明せよ:

問2: スクリプトとは何か。またスクリプト活用の例を説明せよ:

問3: なぜ人はスキーマ化、スクリプト化する特性(能力)をもつのか:

問4: 想起集合と知名集合はどう異なるか:

問5: ブランド知識の構築ステップを描け:

問6: 自身が関心をもつあるブランドについて、(1)それを最初に認知したとき、(2)理解・評価するようになったとき、(3)それにロイヤルティをもつようになったとき、それぞれを記せ:

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

2016年前期 消費者行動論 I

## 15. 消費者の関与水準とコミットメント

問1: 関与とは:

問2: 関与の程度は意思決定プロセスにどう影響を与えるのか:

問3: どのような要因によって関与は高く・低くなるのか:

問4: 関与は何によって測定されるか:

問5: 関与の対象とは主に何か:

問6: 関与の程度と情報処理能力の程度は、態度(の変動)にどう影響をあたえるか:

問7: 最近の自身の生活の中で、ある広告にどのように影響を受け、どのような態度をとるに至ったかについて、精緻化見込み理論を用い、説明せよ。

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

2016年前期 消費者行動論 I

## 16. 消費様式を選択メカニズム

問1: 消費様式は何によって規定されるか:

問2: ライフスタイルとは:

問3: ライフスタイルは何で探るか:

問4: ライフコースとは:

問5: ある家計が、家計内生産するのか、市場購入するのかは、何によるのか:

問6: ある家計にとっての時間コスト(の高低)は、主に何に起因するか:

問7: 時間コストが高い家計に対する消費に合わせた製品・サービスをあげよ:

問8: これまでの自身のライフコース、これから取りたいライフコースを記述せよ。