

科目名 Class	入学年度 Admission Year	開講学年・学期 School Year, Semester	単位数 Credit	必・選	授業担当者 Instructor	実務 経験
消費者行動論	共通	1年生・後期	2単位	選	秋吉 浩志	
履修の前提条件	経営やマーケティング、消費者行動、ブランド論に興味をもつ学生は積極的に履修をすすめる。経営に関する1分野としてとても大切な科目である。					
授業概要 (Course Outline)						
消費者行動の基礎理論を包括的に講義する。毎回講義ではパワーポイントを使用し、プレゼンテーション方式で授業を行う。また、講義ではオリジナルプリントを使用するが、プリントの内容について授業中質問をするので、質問に答えられるよう集中しておくこと。						
授業を通して修得できる力 (Competency Goals)						
知識・理解の観点 Knowledge and Understanding	多文化・異文化に関する知識の理解 Multiple Culture / Different Culture					
	人類の文化・社会と自然に関する知識の理解 Human Culture / Society / Nature					○
汎用的技能の観点 Generic Skills	コミュニケーション・スキル Reading / Writing / Speaking / Listening					○
	数量的スキル Mathematics					○
	情報リテラシー Information Literacy					○
	論理的思考力 Logical Thinking / Creative Thinking					○
	問題解決力 Problem Solving					○
態度・志向性の観点 Personal Qualities	建学の精神 University Founding Philosophy					
	自己管理能力 Self-management					○
	チームワーク Teamwork					
	リーダーシップ Leadership					○
	倫理観 Ethical Sense					○
	市民としての社会的責任 Social Responsibility					○
	生涯学習力 Lifelong Learning					○
到達目標 (Objectives)						
景気の動向、経済政策、企業経営、文化・ライフスタイル、ファッション、さらには国際化&グローバル化にいたるまでさまざまな動向を探り、世の中の消費者行動を分析する力を養う。小売店のバイヤー、Webビジネス関係企業、マーケティング関係の企業、マスコミ関係の就職等を望んでいる学生は履修を勧める。						
事前学習の内容	後期受講科目なので、前期科目の「マーケティング論」の復習をしておくこと、「マーケティング論」は企業サイドから見た視点なので、逆に「消費者の視点」で考えておくことを求める。					
事後学習の内容	毎回、プリントを基本的に配布するが、板書、ならびにパワーポイントで説明した重要点においては、再度見直して復習することを求める。					
能動的学習【アクティブラーニング】の内容 (Active Learning)						
①基本的にプレゼン方式で行い、学生と積極的にコミュニケーションをとりながら講義を展開する。 ②動画、プリント以外の教材などのように実際見たり、感じたりする教材も準備し、より体感できるような講義も行う。 ③ミニテスト、アンケート、学生からの意見なども教材として取り上げ、講義を展開していく。 ④考える、議論する、主張することなどができるような雰囲気づくりを行い、受講学生の積極性なども導き出す。など						
教員との連絡方法・オフィスアワー (Office Hour)						
基本的に研究室(2号館5階555研究室)にて月曜日、水曜日オフィスアワーを設定している。研究室訪問の際、メール; akiyoshi7227@gmail.comにメール連絡をしておくことを薦める。						
その他 (Others)・外部試験との関連・学習の確認(ポートフォリオの作成と提出)について						
この科目は経営学検定試験の初級「マーケティング」部分の基礎内容にもふれている。また販売士(リテールマーケティング)受験希望者は、必ず履修することを薦める。 学習の確認:ポートフォリオシート「科目別履修確認チェック表」に必要事項を記入して、4月28日までに秋吉までメール(akiyoshi7227@gmail.com)で提出してください。						

授業計画 (Course Schedule)			
テーマ Theme			
第1回	消費者行動論とはなにか		
第2回	消費者行動とマーケティング		
第3回	消費社会とはなにか①		
第4回	消費社会とはなにか②		
第5回	消費者行動論の基礎理論①		
第6回	消費者行動論の基礎理論②		
第7回	消費者行動論の基礎理論③		
第8回	消費者行動の種類		
第9回	国際的消費者行動論①「国際的消費者行動と文化について」		
第10回	国際的消費者行動論②「現地適応化か、国際標準化か」		
第11回	東アジアの文化と消費者行動論①「日本・韓国・中国の基礎文化比較と消費者行動」		
第12回	消費者行動とブランド形成について①「ブランドとはなにか」		
第13回	消費者行動とブランド形成について②「ブランド形成に必要なものはなにか」		
第14回	消費者行動とインターネットにおける相互性について「ネット上の消費者行動」		
第15回	定期試験		
第16回	消費者行動とライフ設計「これからの消費者行動分析について」		
教科書 (Textbooks)			
書名 Title	著者名 Author	出版社 Publisher	ISBNコード ISBN Code
適宜プリントを配布			
参考文献 (Reference Books)			
書名 Title	著者名 Author	出版社 Publisher	ISBNコード ISBN Code
消費者行動論 消費者・コミュニケーション戦略	青木幸弘他 田中洋他	有斐閣アルマ 有斐閣アルマ	978-4641124639 978-4641122741
成績評価方法 (Grading Criteria / Method of Evaluation)			
出席・遅刻に関しては厳しく管理し、成績に反映する。パソコン(タブレット型も含む)、携帯(スマートフォン)その他電子機器の使用は一切禁止し、使用した場合には科目受講失格(0点)にする。基本的に座席指定を行う。			