

科目名	消費者心理学		担当者名	石松健男(イシマツタケオ)	
開講年次	1	開講時期	前期	クラス	
授業形態	講義	履修方法	選択	単位数	2
ナンバリング	D1060	該当DP	DP2,DP3	実務経験	ソフト開発会社勤務
授業概要	<p>私たちは、毎日生活していくためにコンビニやスーパー、デパート、インターネットなどで食品や衣服、電化製品などの商品を買 い、食べたり使ったりして、不用になったら捨てている。私たちのこのような行動を「消費」といい、「消費行動」は私たちが日常生活 の中で商品を選んで購買し、使用し、その後廃棄する一連の流れのことをいう。消費行動は消費する人の意思にもとづいておこな われることがほとんどである。特に購買行動に関しては消費者の頭や心の中の動き(心理・意志)がどのように働いているのか、購 買行動と心理の間にはどのような関係があるのかを調査分析した結果を知ることが私たち消費者にとってだけではなく、商品を提供 する生産者や販売者、あるいは私たちの安全な生活を守る必要がある公的機関にとってもたいへん役立っている。本講座では私 たちの消費行動を理解するために社会心理学の面から見た私たちの心の動きとそれにもとづく購買の意思決定や行動との関連性 について学ぶ。</p>				
到達目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・私たち人間の消費行動と心の動きについての関連性を理解することができるようになる。</li> <li>・消費活動を心理学的側面から理解することによって、受講者が日常生活においてかきこい行動をとることができるようになる。</li> </ul>				
授業計画	回	授業内容		授業外学習（内容と時間）	
	1	消費と消費行動(ガイダンス)		復習	60分
	2	消費と社会		課題①	60分
	3	消費行動を調査・分析する目的		復習	30分
	4	商品のブランドとカテゴリー		復習	60分
	5	シェア		課題②	60分
	6	消費行動の基本的なプロセス(生産・販売・消費)		復習	30分
	7	購買行動における意思決定		復習	60分
	8	消費行動と価値意識(価値観)		課題③	60分
	9	消費行動と購買活動(個人内プロセスと個人間プロセス)		復習	30分
	10	計画購買と非計画購買		復習	60分
	11	価格判断		課題④	60分
	12	口コミ		復習	30分
	13	消費行動とインターネット		復習	60分
	14	消費行動と企業		課題⑤	30分
	15	まとめ		全体の復習	60分
教科書	「消費者心理学2024」テキスト(石松健男著・学内販売のみ)				
参考書	「消費行動の社会心理学」竹村 和久 北大路書房・「第四の消費」三浦 展 朝日新聞出版 「消費者・コミュニケーション戦略」田中 洋・清水 聡 有斐閣・「行動経済学」ポーポープロダクション				
成績評価	方法	割合	備考		
	定期試験	80%			
	課題(宿題・翌週提出)	20%	説明した内容について課題として出題する。採点し解答例とともに返却する。		
	欠席・遅刻・早退		回数に応じて減点する。		
履修上の注意	<ul style="list-style-type: none"> <li>・教室では決められた席に座ること。</li> <li>・理解状況を確認するため適時課題(宿題)を出す。課題の採点結果(100点満点)は解答例とともにまとめて返却する。</li> <li>・授業中の携帯電話操作、私語を禁じる。</li> </ul>				
オフィスアワー	火曜日・他にも在室時は可		メールアドレス	isimatu@orioaishin.ac.jp	