

消費者行動論 -アンケートの考え方と作り方-

単位数	ナンバリングコード	
2	DBA313	
	教員名	遠藤 雄一
	専門	消費者行動論、マーケティングリサーチ
	出身校等	北海学園大学大学院経営学研究科経営学専攻（博士（後期）課程）修了 博士（経営学）
	現職	北海道情報大学経営情報学部准教授
授業形態		
前期印刷授業・後期印刷授業・後期面接授業		
授業範囲	試験範囲	
学習用プリント『消費者行動論』のすべて。 学習用プリントをしっかりと最後まで読んでレポート、試験に臨むこと。	授業範囲すべて 【印刷授業：試験時参照許可物】 一切自由 【面接授業：試験時持ち込み許可物】 一切自由 ※ただしWebページ（通信教育部POLITEを除く）と生成系AIの参照は不可とする。	
科目の概要		
<p>消費者あるいは顧客を理解することはとても大切なことである。理解していなければ、新商品を開発しても思うように売れないだろうし、よい商品開発できてそれをどうやって知ってもらうことができるか知ることが難しい。思い付きで商品を企画してはいけなし、ただテレビCMを流したり、インターネットのSNSに広告を載せても見てはもらえないということである。そのために消費者の価値とはなにか、また消費者の選択はどのような過程で行われるのかを学ぶ必要がある。</p> <p>昨今は企業のみならず、自治体においても住民、ときには観光客の調査なども行われることが多くなった。消費者とは財やサービスを消費する主体を意味している。そう考えると「財やサービスを消費する」のは、私たちが消費者からイメージする「買い物する人」だけではなく、住民や観光客などにも適用できることが理解されるだろう。</p> <p>こうした消費者をどのように調査すれば、その意識や行動を適切に読み取ることが可能だろうか。最終的には消費者行動の理論的な枠組みを理解し、適切なアンケートの作成とリサーチ方法を考えることが目標になる。</p>		
授業における学修の到達目標		
1. 私たちの行動様式を理解するための消費行動が説明できる。 2. マーケティングリサーチの手順を理解し、目的に合致したリサーチ手法が選択できる。 3. 目的に合致した質問票を作成し、適切な回答を得ることができる。		
講義の方針・計画		
第1回：消費者の価値と価格（第1章） 消費者の価値とはなにか、価格とはなにかを理解する。 コトラーの価値式を理解する。 第2回：価値の変化（第1章） 時代とともに消費者の価値が変化していることを理解する。 第3回：消費者のブランド・カテゴリー化（第2章）		

講義の方針・計画

Brisoux-Larocheの概念図を理解する

第4回：消費者の認知的努力と絞り込み（第3章）

多属性効用理論を理解する。

第5回：ブランド・カテゴリーゼーションと多属性効用理論（第3章）

第3回のブランド・カテゴリーゼーションと合わせて理解する。

第6回：商品に対する関与－アサエルの購買行動類型－（第4章）

アサエルの購買行動類型を理解する。

第7回：商品に対する関与－池尾の消費者類型化－（第4章）

池尾の消費者類型化を理解する。

第8回：ネット時代の消費者の購買行動（第5章）

インターネットの消費者に与える影響について理解する。

第9回：消費者行動研究から考えるインターネットによる広告（第5章）

インターネットの消費者の絞り込みに与える影響を理解する。

第10回：各学問領域における消費者行動研究（第6章）

経済学、社会学、心理学などの消費者行動に関する研究を理解する。

第11回：消費者行動の包括的モデル（第6章）

それぞれの時代の消費者行動モデルを理解する。

第12回：調査手順と調査方法（第7章）

調査方法を理解する。

調査対象の決定方法を理解する。

第13回：アンケート票の質問方法－2肢選択と多肢選択－（第8章）

2肢選択と多肢選択を注意点とともに理解する。

第14回：アンケート票の質問方法－意味尺度法－（第8章）

リッカート尺度法とSD法を理解する。

第15回：アンケート票の質問方法－回答者の属性－（第8章）

回答者の属性の重要性を理解する。

準備学習

印刷授業は、学習用プリントなどをもとに自学自習で学習を進めますが、授業範囲の内容の他に、学習用プリントの内容全体を2単位で90時間かけて学習することを目安としています。

課題(試験やレポート等)に対するフィードバック方法

印刷授業は、提出されたレポートについて講評を付与して返却する。

成績評価の方法およびその基準

科目試験による評価100%

教科書

学習用プリント

参考書

なし

その他

なし

試験期間

シラバス検索画面トップページ (<https://syllabus-tsushin.do-johodai.ac.jp/>) 下部の「2024学年暦」を参照

学習プリント

あり

教職科目**関連受講科目**

「マーケティング論」

担当教員の実務経験

自治体等の依頼で行ったアンケート調査の経験から、注意すべき点を説明し、質問のしかたや質問票の取り扱い方法などを説明する。