

授業 コード	11222	科目名	消費者の心理	担当者		池内 裕美				
		副題	売り手と買い手の心理学	開講期	前期	単位数	2	DP対応	S1,S2,K3	
【授業概要】										
なぜ“期間限定”や“人気商品”といわれると、その商品が魅力的に見えてしまうのでしょうか。なぜ“298円”や“1980円”だと感じってしまうのでしょうか。本講義では、こうした消費生活を取り巻く身近な諸問題について、特に企業のマーケティング活動や消費者行動に関する数々の理論や法則に焦点を当てて解説していきたいと思います。										
【到達目標】										
効果的なマーケティング活動を実現するには、企業側の心理と消費者側の心理の両方に対する理解が不可欠となります。本講義では、こうした消費の現場における売り手と買い手の心理について具体的に把握できること、そして講義を通して得た知識を日頃の自分自身の購買行動や、実際の消費現象に当てはめて分析できるようになることを目指します。										
【授業方法・計画】										
授業は、基本的に配付資料と教科書を基に、パワーポイントを使用した講義形式で進めていきますが、適宜、テーマに合わせたビデオ教材を用いる予定です。また、受講生同志で討論をしたり、意見を求めたりすることもあります。内容については下記の流れを予定していますが、トピックスの順序およびタイトルは、進捗状況に応じて変更・統合する可能性があります。										
第1回	オリエンテーション:売り手と買い手の心理学(マーケティングと消費者心理)									
第2回	売り手の心理 :「マーケティング」って何?									
第3回	売り手の心理 :マーケティング戦略の構築									
第4回	売り手の心理 :マーケティングの成功事例とマーケティング・ミックス									
第5回	売り手の心理 :マーケティングの新展開(ソーシャル・マーケティング、コーズ・マーケティング等)									
第6回	売り手の心理 :販売員の心理:購買場面における対人的影響									
第7回	買い手の心理 :なぜその商品に魅かれるのか:消費者の感覚と知覚									
第8回	買い手の心理 :“198円”が安く感じる理由:価格と支払いの心理									
第9回	買い手の心理 :見ているだけで欲しくなる?:広告の心理的効果									
第10回	買い手の心理 :衝動買いはなぜ起きるのか1:非計画購買を引き起こす個人的・状況的要因									
第11回	買い手の心理 :衝動買いはなぜ起きるのか2:買い物依存症の心理									
第12回	買い手の心理 :なぜその商品を買ったのか:消費者の購買意思決定過程									
第13回	買い手の心理 :雰囲気ですって?感情と消費者行動									
第14回	買い手の心理 :その選択に理由はるか:消費者の潜在的情報処理 / まとめ									
【準備学習・復習】										
準備学習:事前に教科書の該当箇所を提示しますので、必ず一読しておいてください(80分程度)。 復習:教科書の該当箇所や授業内で配付された資料を再確認し、内容をきちんと理解するようにしてください(120分程度)。										
【課題に対するフィードバックの方法】										
課題(ワーク等)を実施した際は、授業内で解説するようにいたします。また、学期末試験終了後は、可能な範囲で質疑応答の時間を設けたいと思います。										
【受講上のアドバイスおよび注意事項】										
特に心理学やマーケティングに関する専門的知識がなくても、理解できるように進めていく予定ですが、モノを買ったり広告を見たりした時の自分自身の心理状態について日頃から関心を持ち、考察するよう努めてください。また教科書や配付プリントをよく読んで、しっかりと自分の知識にできるようにしてください。										
成績評価方法	基本的に学期末に実施する定期試験の成績を重視して評価する予定です。また授業中に質問をすることがありますが、その時の対応態度や回答内容等も参加姿勢として加味します。 『学期末試験の成績』:基本的知識の理解 …… 60% 『授業への参加姿勢・授業態度』 …… 40%									
教科書	『消費者心理学』 山田一成・池内裕美 編著 勁草書房 教科書のほか、毎回内容に関連したプリントを配付します。									
参考書	特にありません。									

SP2304

授業に関連する実務経験

デザイン会社で市場調査、商品企画を担当