

バイオビジネス経営学特論Ⅱ (2単位)

担当者氏名 平尾正之

◆学習・教育目標 (到達目標を記載)

大学院における農産物流通・マーケティング関連の論文作成に必要な、消費者行動に関する理論及びその分析モデルに関する基本的知識を習得する。

◆取り扱う領域 (キーワードで記載)

消費者行動 購買行動 マーケティング・モデル 農産物・食品消費

◆授業の進行等について

	テーマ	内 容	準備学習(予習復習)等の内容と分量
1	オリエンテーション	授業の進め方、準備学習等の説明。	各テーマの研究事例については、基本的理論の講義の後文献を配布するので、各項目の理論を復習するとともに、文献を良く読んで研究事例の授業に臨むこと。
2	消費者行動の理論	消費者行動研究の理論と展開を学ぶ。	
3	外的要因	心理学的要因に関する研究の理論と展開を学ぶ。	
4	〃	外的要因に関する研究事例を学ぶ。	
5	包括的意思決定モデル	包括的意思決定モデル研究の理論と展開を学ぶ。	
6	〃	包括的モデルの研究事例を学ぶ。	
7	内的要因	内的要因に関する研究の理論と展開を学ぶ。	
8	〃	内的要因に関する研究事例を学ぶ。	
9	マーケティング・モデル	マーケティング・モデル研究の理論と展開を学ぶ。	
10	〃	マーケティング・モデルに関する研究事例を学ぶ。	
11	消費者の測定モデル	消費者測定に関する研究の理論と展開を学ぶ。	
12	〃	消費者測定する研究事例を学ぶ。	
13	その他の研究事例 1	その他の消費者行動に関する研究事例を学ぶ。	
14	その他の研究事例 2	〃	
15	その他の研究事例 3	〃	

◆教科書及び資料 (授業前に読んでおくべき本・資料)

書名／著者／発行所 (発行年)

新しい消費者行動／清水聡／千倉書房 (1999)

◆授業をより良く理解するために便利な参考書・資料等

書名／著者／発行所 (発行年)

課題に応じて参考書・資料等を提示する。

◆評価の方法 (レポート・小テスト・試験・課題等のウェイト)

レポート (50%)、試験 (50%)

◆オフィスアワー

月曜日 3 時限 (事前に予約すること)

◆その他受講上の注意事項