


[シラバス関連](#) > [シラバス参照](#) > [シラバス検索](#) > [シラバス一覧](#) > [シラバス参照](#)

Login User 中村 陽人

タイムアウトまでおよそ**3592**秒です。

印刷



タイトル「**2017年度シラバス**」、フォルダ「**経済学研究科**」
シラバスの詳細は以下となります。



科目名	特講(消費者行動)		
担当教員	中村 陽人		
対象学年	1年,2年	クラス	
講義室			
開講学期	後期		
曜日・時限	時間外	単位区分	選必
授業形態	通常講義	単位数	1
準備事項			
備考			
ナンバリング			
授業概要とねらい	効果的なマーケティング戦略を行うためには、顧客のことをよく知らなければなりません。この授業では、企業が実際に行っているマーケティング活動を消費者の立場から心理学的に捉えなおすことを目的とします。		
望ましい水準	<ul style="list-style-type: none"> 消費者行動に関する基本的な知識を身につけている。 基本的な知識を具体的な事例に当てはめて考えることができる。 		
授業計画	<p><1日目> (導入) 消費者行動論とは 1. サービスマネジメントと消費者行動 2. CRMと消費者行動</p> <p><2日目> (導入) マーケティング戦略と消費者行動 3. 価格戦略と消費者行動 4. 販売促進戦略と消費者行動</p>		
教材・教科書	特定のテキストを使用せず、資料を配布します。		
参考図書	適宜、紹介します。		
参考URL	なし		
授業以外の学習	配布資料を利用して復習してください。		
成績評価の方法	授業と課題への取り組み、理解の程度で評価します。		
成績評価の基準	<p>A：積極的にクラスの討論に参加し、かつ基準Bを満たしている。 B：きちんと課題に取り組み、かつ基準Cを満たしている。 C：授業で扱った消費者行動に関する基本的な知識を理解し、具体的な事例に当てはめて考えることができる。 D：授業と課題には積極的に取り組んでいるが、基準Cが満たせていない。 F：基準Dが満たせていない。</p> <p>【出席率】 総授業時間に占める欠席時間が20%（2時間半）を超えるとF評価です。20%に達しなくても、欠席・遅刻・早退が度重なれば評価に影響します。また、病気や仕事も欠席扱いです（病気の際は無理せず休み、次年度に履修してください。なお、学習案内記載の「学校保健安全法の規定に基づく該当感染症」の場合は登校が禁止されています）。公共交通機関（鉄道、バス）の突発事故による欠席・遅刻の場合は、証明書類を用意してください。</p>		
オフィスアワー	授業終了後に対応します。		
留意点・注意事項			
その他			
カリキュラムにおける当該科目の位置付け1	経済学研究科のディプロマポリシー／高度の専門的知識（経済学研究科Ⅰ）		
カリキュラムにおける当該科目の位置付け2	経済学研究科のディプロマポリシー／応用力・実践力（経済学研究科Ⅱ）		

カリキュラムにおける当該科目の位置付け3	経済学研究科のディプロマポリシー／研究遂行能力（経済学研究科Ⅲ）
カリキュラムにおける当該科目の位置付け4	経済学研究科のディプロマポリシー／論理的思考力・分析力・表現力（経済学研究科Ⅳ）
カリキュラムにおける当該科目の位置付け5	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け6	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け7	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け8	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け9	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け10	
カリキュラムにおける当該科目の位置付け他	



Copyright (c) 2004-2011 NTT DATA KYUSHU CORPORATION. All Rights Reserved.