

수업계획서

소비자행동 (Consumer Behavior)

담당교수	성명	권경난	교과목	주수강대상	학과	경영학과
	직위	교수			전공	마케팅
	소속	경영학과				

1. 교과목 개요

본 수업은 학생들에게 광범위한 “소비자행동”이라는 학문적 분야를 소개하고자 한다. HMB에 따르면 소비자행동 분야는 다음과 같이 정의된다: “The field of consumer behavior is the study of individuals, groups, or organizations and the processes they use to select, secure, use, and dispose of products, services, experiences, or ideas to satisfy needs and the impacts that these processes have on the consumer and society.” 이에 따라 본 수업은 구매자에 초점을 두어 구매과정의 직접적인 선행, 결과변수를 다루는 전통적인 관점보다는, 더 광범위한 관점에서 소비자행동에 접근하고자 한다. 이러한 접근법은 소비자 구매결정에 미치는 간접적 영향 요인들에 대한 연구를 가능케 한다. 또한 소비자 행동에 직접적으로 관련된 구매자, 판매자 이외에도 포괄적으로 미치는 다양한 영향 요인을 연구할 수 있게 한다.

본 수업은 소비자행동에 있어, 소비자들이 왜 그리고 어떻게 그러한 행동을 보이는지를 이해하는데 도움을 줄 것이다. 이론적, 관념적인 접근을 통해 소비자행동에 대한 체계적, 포괄적 이해와 예측력을 높이하고자 한다. 또한 다양한 과제 수행을 통해, 습득한 이론적 지식을 실무적 문제에 그리고 합리적이고 윤리적인 managerial/마케팅 의사결정에 적용하고자 한다.

2. 수업운영방법 개요

Lecture, discussion, presentations

3. 학습평가방법

중간시험 150점
기말시험 150점
팀 프로젝트 50점
수업 참여 및 출석 10점

수업계획서

4. 교재 및 참고자료

구분	교재 제목(웹사이트)	저자	출판사	출판년도
주교재	Consumer Behavior	Schiffman and Wisenblit	Prentice Hall	
주교재	Harvard Business Review			

5. 수업진도계획

주별	교수내용	수업형태	비고
1	Course Overview		
2	Consumer Motivation		
3	Consumer Personality		
4	Consumer Perception		
5	Consumer Attitude Formation and Change		
6	Consumer Attitude Formation and Change		
7	Consumer Learning		
8	중간시험		
9	Consumer Learning		
10	Diffusion, Communication		
11	Reference Groups and Word-of-Mouth		
12	Consumer Cultures		
13	Consumer Cultures		
14	Consumer Decision-Making		
15	Consumer Decision-Making		
16	기말시험		

6. 기타 참고사항