



消費者商品論の試験問題



2020年8月4日(火)

担当教員	徐 誠敏(ソ ソンミン)
学籍番号	
名前	

皆さん、自分自身を信じて素晴らしい回答案を作成してください(*^-^*)

[1] これまで自分が行った購買意思決定プロセスを振り返って、AIDMA と AISAS 両方の視点から、まず、商品名を記入し、具体的かつわかりやすく述べなさい(☆^-^☆)。

You Tube にアップした動画の内容を参考・引用しながら記入しなさい。

(1)AIDMA の視点から

【商品名】：()

Attention(注目)：

Interest(興味)：

Desire(欲求)：

Memory(記憶)：

Action(購入)：

(2)AISAS の視点から

【商品名】：()

Attention(注目)：

Interest(興味)：



Search(検索) :

Action(購入) :

Share(共有) :

[2] マズローの欲求 5 段階説のそれぞれの段階の意味とそれらに該当するビジネスの成功事例を具体的かつわかりやすく述べなさい。

You Tube にアップした動画の内容を参考・引用しながら記入しなさい。

第 1 段階「生理的欲求(Physiological Needs)」とは何か :

その関連ビジネスの成功事例 :

第 2 階層の「安全欲求(Safety Needs)」とは何か :

その関連ビジネスの成功事例 :

第 3 階層の「社会的欲求(Social Needs)」とは何か :

その関連ビジネスの成功事例 :

第 4 階層の「尊厳欲求(Esteem Needs)」とは何か :

その関連ビジネスの成功事例 :



第5階層の「自己実現欲求(Need for Self- Actualization)」とは何か：

その関連ビジネスの成功事例：

[3] 「消費者商品論」の授業の動画を聞いて①一番良かった点、②そこから学んだことは何か、③それを今後どう活かしたいのか、あなたの考えを具体的かつわかりやすく述べてください。

①一番良かった点：

②そこから学んだことは何か：

③それを今後どう活かしたいのか：

[4] 「消費者商品論」の授業で一番印象に残っている言葉(本日の贈る言葉も含む)は何か、その理由を具体的かつわかりやすく述べなさい。

You Tube にアップした動画の内容を参考・引用しながら記入しなさい。

授業で一番印象に残っている言葉：

理由：

これまでの You Tube と下記の 4 つの PDF 資料も参考にしてください。

「授業の概要と進め方」

<http://www.ssm-gcbm.com/pr/pdf/nagoyakeizaidaigaku-shouhishashouhinnron2020.pdf>

「企業側から見る 3 つの目」

<http://www.ssm-gcbm.com/pr/pdf/meikeishouhisha.pdf>

「ブランドとは何か、ブランドの構成要素」

<http://www.ssm-gcbm.com/pr/pdf/meikeishouhisha3.pdf>

「ブランドとステークホルダーとの関係」

<http://www.ssm-gcbm.com/pr/pdf/meikeishouhisha4.pdf>