

2009年度

科目名	消費者の心理		
担当教員	小西 宏幸		
配当	人社1・人社3	コード	24580
開期	後期	講時	火曜日4限
		単位数	2
授業テーマ	消費者の意思決定や行動を、心理学から特に産業心理学との関連性から講義します。		
目的と概要	我々は社会生活を営む限り、消費者の立場といえます。売り手と買い手の相互依存性の観点から、態度変容や広告心理などを理解していただければと思います。		
成績評価法	試験(70%)＋平常点(30%) 平常点は、レポート提出などによって加味します。		
テキスト	佐々木 土師二(編)産業心理学への招待 有斐閣ブックス		
参考書	その都度、紹介します。		
履修に当たっての注意・助言	この科目は、産業心理学も併せて履修すると、より理解は深まると思います。		
講義計画			
第1回 産業心理学における消費者心理 第2回 広告の心理(1)バランス理論から広告を考える 第3回 広告の心理(2)訴求性の種類を考える 第4回 市場調査論 第5回 商品と人間工学(1)情報量について:マニュアルとは? 第6回 商品と人間工学(2)生態学的観点から 第7回 販売と説得的コミュニケーション 第8回 消費者の態度変容 第9回 購買行動の意思決定:購入時期の問題 第10回 購買行動とコスト・ベネフィット論 第11回 消費社会と情報の商品化 第12回 キャリア志向と消費者心理 第13回 多様化社会とテーラーメイド・オーダーメイドの心理 第14回 人間関係における消費の意味とは? 福祉的観点からの無駄使いと選択行動 第15回 まとめ			