

2011年度

科目名	消費者の心理				
担当教員	小西 宏幸				
配当	人社1		コード	24029	
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、授業参加への積極性やレポート提出などによって評価します。				
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	竹村和久「消費行動の社会心理学」 北大路書房 など、その都度、紹介します。				
履修に当たっての注意・助言/準備学習	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。1回生後期の配当科目ですが、本来、応用心理学の分野ですので、基礎心理学領域(心理学A・B)などを理解して受講することが必要です。理想としては、産業心理学の第4領域なので、まだ産業心理学を習得していない学生は(特に1回生)、産業心理学の予習を少しでもしていることが望ましいといえます。				
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				