

専門教育科目

講義科目

授業科目名	消費者心理学	科目コード	配当年次	単位
担当教員	藤浪 遼太郎	EK30	3・4	2
科目の概要				
<p>消費者行動の理解は、全ての事業・戦略立案、運営における最も中核的な指標である。そして、そのような消費者行動を理解するには、社会心理学や認知心理学、それらの関連諸分野の多くの研究知見を理解することが必要であるだろう。</p> <p>本科目では、マーケティングの基礎的な心理学的事象(商品に関する消費者の認知)と、物語広告に関する物語説得のメカニズムとマーケティングへの応用可能性を学ぶ。加えて、実際に物語(映画)を作成する際の具体的な方法論を理解し、社会心理学・認知心理学との親和性について考察する。</p>				
科目の到達目標				
<p>①マーケティングにおける基礎的な心理学的事象に対して、適切な用語による理解ができる。</p> <p>②心理学的な知見を、マーケティングへ現実的に応用できる視点を身につけることができる。</p>				
テキスト	『消費者の心理をさぐる 人間の認知から考えるマーケティング』米田 英嗣(編), 和田 裕一(編), 誠信書房, 2020年			
テキストの読み方				
<p>①消費者行動の理解に取り組んできたこれまでの研究を踏まえて、消費者行動の背後に存在する問題意識を仮説として設定し、実験・調査、分析、結果に対する考察まで一連の過程を定義された用語を用いて説明をできるようにする。</p> <p>②テキストの1章から6章では、消費者行動に関わる様々な視点から問題が設定され、それを解決するための心理学研究の知見が紹介されている。全体を通して大きく以下の2つのテーマで構成されている。</p> <p>I. マーケティングに関する基礎的な心理学的事象の紹介(第1章～第3章)</p> <p>II. 物語広告に関する基本的機構から応用可能性の紹介(第4章～第6章)</p> <p>それぞれの章では消費者、生産者のそれぞれの立場からマーケティングにおける課題を見つけ仮説を設定し、有益な知見を導き出すプロセスが紹介されている。そのプロセスを自らの身近なマーケティングにおける課題解決に対して応用できるようにする。</p> <p>③第7章では、実際に物語を作成する実例をもとに、心理学との親和性について理解し、説明ができるようにする。</p>				
単位修得の方法				
<p>レポート課題を提出し、60点以上であれば合格となり、科目修得試験を受験できる。科目修得試験の得点が60点以上であれば合格となり、評価が確定し、2単位を修得できる。</p>				