

# 消費者の 心理をさぐる

消費者の心理のメカニズムにせまります。物を買うときの心理とは、どのようなものでしょうか。脳科学の知見は「マーケティング」をどのように変えるのでしょうか。ブランドはどのようにして生まれるのでしょうか。物語を使った広告とはどのようなものでしょうか。本講座では、マーケティングについて経営学および心理学の観点から研究している第一線の講師を迎え、最新の研究事例を交えて考察します。



● 東京会場・話題提供者

**須永 努** (関西学院大学)  
感覚マーケティングと消費者心理

**松田 憲** (北九州市立大学)  
広告効果をあげる認知心理学的技法

**元木 康介** (東北大学)  
視線・脳機能計測による消費者行動研究

● 仙台会場・話題提供者

**秋山 学** (神戸学院大学)  
消費者行動における「選択しない」という選択

**松田 憲** (北九州市立大学)  
広告効果をあげる認知心理学的技法

**坂下 玄哲** (慶應義塾大学)  
消費者視点のブランド管理

**元木 康介** (東北大学)  
視線・脳機能計測による消費者行動研究

企画  
**米田 英嗣**  
(青山学院大学)

**和田 裕一**  
(東北大学)

司会  
**米田 英嗣**

指定討論者

**津村 将章**  
(中京大学)

2018 **11.17** (土)

13:00-17:00 定員300名【入場無料】

■ 東京会場

**青山学院大学** 青山キャンパス17号館309教室

〒150-8366 東京都渋谷区渋谷4-4-25

▼JR、東急線、京王井の頭線 渋谷駅 徒歩10分 地下鉄 表参道駅 徒歩5分

●案内図 <https://www.aoyamagakuin.jp/access/campusmap.html>



2019 **3.16** (土)

13:00-17:00 定員200名【入場無料】

■ 仙台会場

**東北大学** 川内キャンパス(Aエリア) 講義棟 A棟 A200教室

〒980-8576 仙台市青葉区川内41

▼仙台市地下鉄東西線 川内駅(キャンパス直結)

●案内図 <http://www.tohoku.ac.jp/japanese/profile/campus/01/access>



参加申し込み方法

- ◆お申し込みはE-mailで、「件名」に1.希望日、2.シンポジウム名を記入し、「本文」に、1.氏名、フリガナ、2.性別、年齢、3.〒、住所、電話番号、4.日本心理学会会員の方は会員番号、認定心理士の方は認定番号をお知らせください。
- ◆往復はがき、Faxでのお申し込みも受け付けますが、返信用宛名の記入、返信用Fax番号の記入(必須)をお願いいたします。
- ※1.参加希望の方は「必ず」事前にお申し込みください。受付番号をお知らせします。お申し込み多数の際は、ご入場いただけない場合がございます。
- ※2.各シンポジウム、各会場ごとにお申し込みください。複数名でのお申し込みは、全員分の必要事項をお知らせください。
- ※3.お知らせいただいた個人情報は、受付の目的にのみ利用いたします。

