

産業心理学 レポート（第2回目）

課題

- ① 商経学科の学生Aさんの消費行動について、以下の設定をせよ

◎まず、Aさんはどのような人が設定する（趣味、知識、性格など）

（設定1）お店で1万円未満の（ ）を購入する場合

- どのようにしてその商品（サービス）を知ったのか
- なぜその商品（サービス）を買おうと決めたのか

（設定2）インターネット通販*で1万円以上の（ ）を購入する場合

*オークション、フリマサイト以外の通常の通販サイト

- どのようにしてその商品（サービス）を知ったのか
- なぜその商品（サービス）を買おうと決めたのか

- ② 設定1、設定2のそれぞれについて、商品もしくはサービスを知ってから購入、購入後までのAさんの心理を[アイドマの法則]、[アイサス（アイシーズ）の法則]、[精緻化見込みモデル]、[EBMモデル]、[DAGMAR理論]などを用いて詳しく解説せよ。
- ③ これからあなたが“賢い消費者”であるためにはどのようなことを考えていくべきか、産業心理学の11回目までの授業を全般的に踏まえて述べよ。

注）参考文献に授業の資料を用いる場合は「産業心理学11回目資料」とのみ記載でいい。その他の参考文献については別途「参考文献の書き方」を参照すること。

提出期限

2025年7月24日（木）20:00 締切

提出方法

授業用のメールアドレス（sansin@edu.k-kentan.ac.jp）に送信。本文の1行目に専攻（経済、経営情報、第二部、英文）、学年、番号、名前を明記すること（ファイル添付の場合、メール本文と添付データの両方に明記）。受信後は48時間以内（平日のみ）に受領確認の返信をするので、必ず確認すること。

期限外のレポート、提出方法に不備があるレポートは減点する。

以上