

授業科目	授業番号： 406			担当者	岡村 俊彦
	産業心理学			授業外対応	講義前後に適宜対応
	[履修年次]	[学期]	[単位]	[必修/選択]	[授業形態]
	指定なし	前期	2単位	選択	講義方式
テーマ及び概要	<p>【テーマ】 産業に関わる心理学を多角的に学ぶ</p> <p>【概要】 産業におけるヒューマンファクター（人的要因）を多角的に考える。前半は主に労働者の心理的側面を対象とするが、人間の基本的な特性もとらえることで、コンピュータを始め、システムの評価など多方面への応用も可能となる。後半は消費者の心理を対象とし、購買行動に関する様々な要因を考えていく。簡単な心理実験、心理テストなども織り交ぜていく予定である。</p> <p>【到達目標】 商品、システム、労働環境を人間の快適性から評価し、改善を考えることができるようになる。また、購買行動に関わる心理を売り手、買い手の両面から考えることができるようになる。</p>				
(1)テキスト (2)参考文献	<p>(1) プリントを配布，Web でも公開</p> <p>(2) なし</p>				
授業 スケジュール	<p>第 1回 概要説明</p> <p>第 2回 人間とシステムの関わり合い，精神作業：ヒューマンインターフェイスの概念と精神作業の種類と性質</p> <p>第 3回 記憶と学習：記憶と学習のメカニズムと産業への応用</p> <p>第 4回 ヒューマンインターフェイス1：ヒューマンインターフェイスの基本原則</p> <p>第 5回 ヒューマンインターフェイス2：ヒューマンインターフェイスの事例紹介</p> <p>第 6回 職場のストレス：仕事におけるストレスのメカニズムと対策</p> <p>第 7回 仕事の成功と動機付け：成功，失敗の心理的要因と仕事に対するモチベーションの種類</p> <p>第 8回 人間関係，労働時間：職場における人間関係。労働時間と仕事の関係</p> <p>第 9回 ユニバーサルデザイン：UD の理論と実践例</p> <p>第 10回 広告の心理学：広告が視聴者にあたえる影響とメカニズム</p> <p>第 11回 購買心理：消費者の購買心理</p> <p>第 12回 販売，印象管理：セールステクニックと印章管理</p> <p>第 13回 ヒューマンのエラー：人間のエラーのメカニズムと対策</p> <p>第 14回 こころをはかる生理心理学：生理的現象の測定による心理状況の推察</p> <p>第 15回 まとめ</p>				
授業外学習 (予習・復習)	適宜指示				
成績評価の方法	通常のレポート2回分が 80%，授業ごとのリアクションペーパーが 20%				
実務経験について	なし				