

広告に

踊らされるもんか！

という人にこそ

読んでほしい。

人は、どんなときに、
購買行動を起こすのか。

大野先生、
教えてください。

私たちと商品の間には、企業の
マーケティング活動があります。

CMだったり、店頭POPだったり、
そのあり方はさまざまです。

その環境の中、私たちは日々、モノを買ったり、
買わなかったりしています。消費者行動論とは、

そんな人間の購買行動に目を向ける学問です。私の場合、
とくに人間の感情にフォーカスして研究しています。

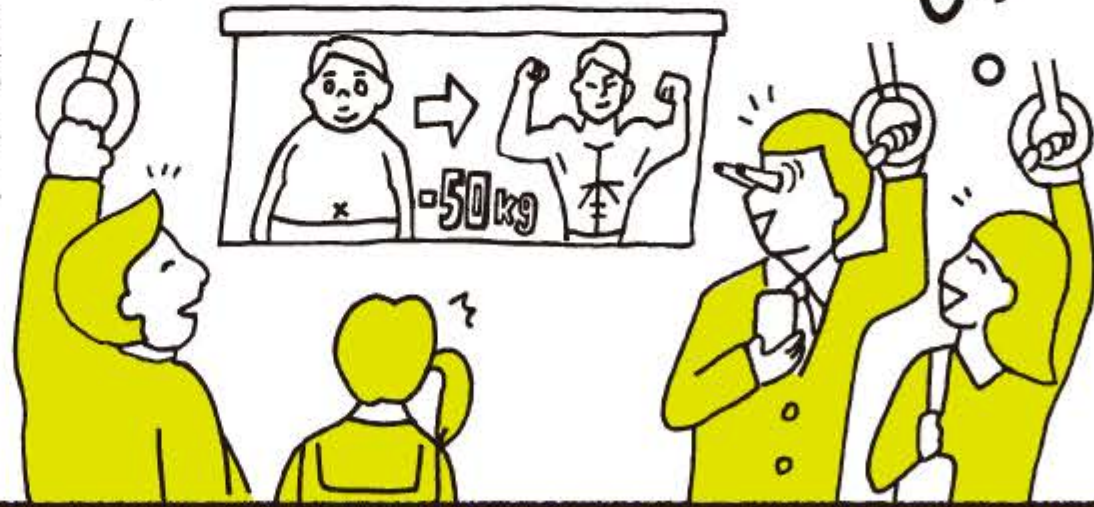
たとえば「罪悪感」や「恥」という感情。それが購買行動に
影響を及ぼすことがあるんです。何かの商品を買うと

1%が寄付になるというキャンペーンなどは、その一例です。
社会貢献や寄付はいいことなのになかなかできず、私たちは

うしろめたさを感じている。その感情をうまく突いた事例と
言えるでしょう。なぜ、これが欲しいと思うのか。その気持ち

を追いかけてみると、企業のマーケティングの
意図も見えてきます。モノを買う、売るという

行為がまた違って考えられるようになるはずですよ。



経営学科

講師 大野幸子



和光3分大学

春のオープンキャンパス 3/25 (土) 12:00~16:00 4/29 (土) 13:00~16:00

【予約不要】学生と教員が大学を紹介する、アットホームなオープンキャンパスです。

現代人間学部

表現学部

経済経営学部

小田急線鶴川駅から
徒歩約15分

<http://www.wako.ac.jp/>

ひとりを光らせる

和光大学