

授業概要

組織心理学は、産業や組織における人の心理学的メカニズムを研究対象とし、組織や産業社会をより良くするために活用しようとする学問である。この講義では主に採用・面接、人事評価、ワーク・ライフバランスなどの組織における人の処遇に関する「人事」に関するテーマと、消費者行動とマーケティングなどの購買と消費に関するテーマを取り扱う。

本講義を通じて、心理学が現実場面における人間関係や行動の理解にどのように活かされているかを学んで欲しい。授業は主に講義形式で行うが、映像視聴やワークも取り入れる。授業内容を興味深いものにするために各履修者の積極的な授業参加を期待する。

授業計画

第 1 回	ガイダンス：産業・組織心理学について
第 2 回	人を活かす 1：募集・採用と処遇
第 3 回	人を活かす 2：人事評価
第 4 回	人を活かす 3：キャリア発達と能力開発
第 5 回	人を活かす 4：職場の人間関係
第 6 回	働くことの意味と働かせ方
第 7 回	雇用の多様化とワーク・ライフバランス
第 8 回	中間まとめ
第 9 回	消費者行動研究の意義と目的
第 10 回	消費者の購買意思決定：「なぜその商品を買うのか」
第 11 回	消費者行動の規定要因 1：個人差要因
第 12 回	消費者行動の規定要因 2：状況要因
第 13 回	消費者行動の規定要因 3：社会的影響
第 14 回	消費者問題と消費者保護：「なぜ人は悪徳商法に騙されるのか」
第 15 回	各回の振り返りとまとめ
第 16 回	定期試験

到達目標

- 組織の中で働く人の管理に関する課題を理解し、自らのワークライフを考えること。
- 消費者行動研究について理解すること。
- 消費者行動研究で学んだことを日常生活の購買行動の説明に利用できること。

履修上の注意

毎週の講義後にリアクションペーパーの提出を求める。講義に対する質問や意見等を積極的に書くようにして欲しい。また、授業と関係のない私語は厳禁である。私語を含め周囲に迷惑をかけるような行動がみられる場合には、退席を求めることがあることに注意すること。「産業心理学（産業・組織心理学）」と併せて履修することが望ましい。

予習・復習

- 予習は特に求めないが、配布資料を用いた復習は必ず行うこと。
- 講義で扱った内容と、自分の日々の生活上の出来事との関連を考えることも重要な学びになりうる。

評価方法

- 受講態度（リアクションペーパーを含む）：30%
 - 定期試験：70%
- 上記をもとに総合的に評価する。

テキスト

毎回、講義資料を授業テキストとして配布する。また、参考文献は適宜授業内で紹介する。