

科目番号		54007	分類	専門科目 応用公衆衛生看護学	履修者	高度実践公衆衛生看護コース		学年	
科目名	ソーシャルマーケティング (Social Marketing)							1	
								配当シスター	
								前期	
担当者	○加藤みずき			区分	必修	単位	1	時間数	15
授業の概要および目標							学位授与の方針との関連		
【概 要】 創造的な政策・施策・事業の策定に必要なソーシャルマーケティングの基礎を学ぶ。また、ソーシャルマーケティングの考え方を健康教育に活用できるスキルを養い、個人や集団を対象とした最適な介入ができるスキルを修得する。さらに、社会を変える介入の必要性について理解を深める。 【目 標】 社会心理学・認知心理学的な知見に基づきながら、マーケティングの考え方や消費者行動に関わる様々な要因について学び、理解できるようになる。また、それらの知見を、自身の活動や健康教育に活用することができるようになる。							○	1.多様な課題に対応する高度な実践力	
								2.地域住民の自立を支える統合的支援能力	
								3.地域の健康課題を科学的にアセスメント・分析する能力	
								4.政策や保健事業を開発する能力	
								5.災害対応や振興・再興感染症への危機管理能力	
								6.公衆衛生看護・公衆衛生行政に繋がる研究能力	
授 業 計 画									
回	内 容							担当教員	
第1回	ガイダンス・マーケティングとは 授業の目的・評価方法などの説明を受け、この授業における目標設定を行う。 マーケティングにおける課題と意思決定：マーケティング・リサーチ マーケティングに必要な情報収集方法について学び、データの重要性を理解する。 消費者行動における意思決定①：社会的な要因 消費者行動を例に、意思決定に影響する集団・対人印象などのについて学ぶ。 消費者行動における意思決定②：認知的な要因 消費者行動を例に、意思決定に影響する知覚・感情などの要因要因について学ぶ。 より良い宣伝のために：わかりやすく情報を伝える工夫 広告等の情報の効果的な提示方法について学び、より良い情報伝達方法を考える。 印象に残るためには：記憶のしくみをそれに影響を与える様々な要因 記憶に仕組みについて学び、どうすればより良く覚えられるのかについて考える。 集団の影響・マスコミュニケーションの影響 他者の存在や集団によって行動や判断がどのように影響するのか学ぶ。 最終課題・統括とまとめ これまでの内容を踏まえ、与えられたテーマに沿ってワークシートにまとめる。 授業の到達目標を振り返り、自己の達成度について自己評価を行う。							加藤	
第2回									
第3回									
第4回									
第5回									
第6回									
第7回									
第8回									
事前・事後学習	事前学習：授業内で指示があれば各自で予習を行うこと。 事後学習：配布資料の内容について確認し、疑問点があれば感想用紙に記入し、さらに必要に応じて参考文献を確認すること。 単位と時間数に応じた学習時間（学生便覧参照）を参考にに取り組むこと。								
評価の方法	平常点(60%) 出席だけでなく、授業内に課されるワークシートや感想用紙への記入を含めた授業参加点とする。 最終課題(40%) 授業内容に基づき、自身の活動に関連付けたテーマで各自がワークシートにまとめ提出する。								
参考図書・資料等	基本的には授業資料を配布する。 必要に応じて参考文献を授業内で紹介する。								
備考	オフィスアワーについては、学生便覧を参照し、教員と日程調整をする。								