8/24 日

藤枝キャンパス　経営学部

SCHEDULE

	時　間	内　容
	9:00~ 9:30	受付
	9:30~10:25	学部紹介/キャリア支援・教育
	10:35~11:20	体験授業１・２・３・４
①	11:30~	アーリー入試の事前面談
②	11:30~12:10	入試説明・入試対策講座・奨学金説明 1回目
②	11:30~12:10	入試説明・入試対策講座・奨学金説明 2回目
③	11:30~ Special EVENT	オーキャンで夏祭り！
	12:10~ 希望者のみ	学食体験・個別相談・キャンパスツアー

①、②、③のどちらかにご参加ください
事前面談は当日受付OK！

1回目と2回目は同じ内容です

主なプログラム

- ○大学紹介/キャリア支援
- ○入試対策講座
- ○入試紹介
- ○体験授業
- ○アーリー入試の事前面談
- ○オーキャンで夏祭り！
- ○奨学金説明
- ○学食体験
- ○個別相談
- ○キャンパスツアー

キャンパスツアーや個別相談に参加すると先輩とお話ができます。
大学生活について気になることなどを聞いてみよう！

体験授業　10:35～11:20

体験授業は、参加予約時に選択していただきます。

参加者には[ｵｰﾌﾟﾝｷｬﾝﾊﾟｽ参加証]をお渡しします！

経営学部

体験授業①　地元を探究しよう –学生が生活情報誌に記事発表–　牧野 好洋 教授

体験授業②　「なぜ、4人以上の場になると途端に会話が苦手になるのか」
– 「話せないのは、自分のせいじゃなかった」かもしれない –
岩本 武範 教授

体験授業③　高校生の心理学入門 –日常の中の心理学–　高城 佳那 准教授

体験授業④　思わず買ってしまう消費者心理の謎　劉 放 講師

EVENT　オープンキャンパスを楽しもう！

Special 01　今年もやるよ♪夏祭り！

学生広報スタッフサークル主催！
体験授業終了後ダッシュでお越しください。
まってます♪

02　えっ無料なの⁉ スペシャルメニュー学食体験！

産大のオススメメニューを
味わってください！
デザートもあるよ♪

03　アーリー入試の事前面談

当日受付OK！
早期に進路を決め、
残りの高校生活を充実させよう！

10:35~11:20

体験授業の概要！

経営学部

地元を探究しよう－学生が生活情報誌に記事発表－

牧野 好洋 教授

大学卒業後は地元で就職・活躍したい！　そのような希望を持っている人もいると思います。本学でその夢を実現しましょう。静岡産業大学の特徴は、教室での学修に加えて、実践を通して地域を学べること。今回は、藤枝江崎新聞店様にご協力をいただき、学生が藤枝市のお寺・店舗を取材。5万部発行の生活情報誌「ふじえ～ら」（8月20日発行）に記事を発表しました。経営学を学ぶ学生だからこそ、見えてきた地元の魅力や、取材・記事作成の泣き笑い、本活動を通した学生の成長などを楽しくお話しします。

「なぜ、4人以上の場になると途端に会話が苦手になるのか」
–「話せないのは、自分のせいじゃなかった」かもしれない–

岩本 武範 教授

【書籍プレゼント企画】
「３人までなら話せるのに、それ以上は無理」
「話しかけたいけど、タイミングがわからない」——
　それ、あなただけじゃありません。

この授業は、会話の“苦手あるある”を、ちょっとだけ脳科学から読み解く特別講座。
難しい知識ゼロ、むずかしい顔もゼロ。話せなくても、聞いているだけでOKです。
「なんだ、自分だけじゃなかったんだ」　そう思えたら、それだけで来た意味がある。
ベストセラー作家が贈る、笑って心がラクになる45分。抽選で新刊プレゼントもあります！

高校生の心理学入門－日常の中の心理学－

高城 佳那 准教授

あなたは心理学ってなにと聞かれて答えることができますか？高校まではほとんど学ばないので答えられる人は少ないと思います。けれど、あなたの今まで学んできた教科や学校での活動、日常生活などで心理学にたくさん関わってきているのです。この体験授業では、心理学って聞いたことあるけど実際どういうもの？という疑問を、私たちの日常にあることを通して紹介したいと思います。今回は主に性格心理学に関わるものを取り上げます。今日の学びを通して、自分、そして周りの人たちを理解し、よりよく生きるための手がかりとしての学問を少し体験してみてください。

思わず買ってしまう消費者心理の謎

劉　放 講師

皆さんは、スーパーで「98円」や「2980円」のように、ぴったりな金額ではないことに不思議に思ったことはありませんか？なぜいちごは通常より100円安くなるとお買い得だと感じるのに、自動車は1万円値引きされてもそれほど安く感じないのでしょうか？他にも「期間限定セール」と聞くと、必要ないにも関わらず、つい買ってしまうことはありませんか？この授業では、最先端の消費者行動の研究成果を紹介しながら、消費者行動の背後にある心理的な働きかけについて考えていきます。