

第16回 B I R D 脳科学セミナー

脳科学を活用したマーケティング： 背景と実践事例

演者： 辻本悟史先生

The Nielsen Company Singapore Pte Ltd. Consumer Neuroscience, Director

日時：2018年 9月11日（火）15:00～16:30

場所：野田キャンパス 講義棟 K201教室

ヒトの意思決定や行動は、意識化・言語化できない要因にしばしば左右される。そのため近年、商品開発やブランディング、広告コミュニケーションなどのマーケティングの諸分野で、従来の質問紙調査やインタビューに加えて、脳科学的手法を活用する動きが広がっている。演者の所属先のコンシューマー・ニューロサイエンス部門では、脳波計測と視線追跡を組み合わせて、これまでに世界40ヶ国以上で1万件以上の調査プロジェクトを遂行し、脳科学を応用したマーケットリサーチを幅広く展開している。本講演では、その取り組みの背景と実践事例を紹介し、そこから明らかになってきた消費者の購買意思決定・行動過程について議論する。

本セミナーは学部生、大学院生の聴講も歓迎します

※ セミナー後、**演者の先生に直接、就職相談できる時間**を設けます。
外資系企業の雰囲気や就職活動に興味のある方は
セミナーからご参加ください。

主催：脳学際研究部門 (Brain Interdisciplinary Research Division)

東京理科大学における脳研究の学際的な連携基盤の構築を目指し2016年度に発足。

学内の理一・工一・基礎工・理工・薬学部・生命研および学外の研究機関から構成される。

世話人：理工学部 教養 市川寛子（野 3036）ichi@rs.tus.ac.jp

