

見落としを防ぐ 広告表示の見分け方

～**広告**にダマされない視点を学ぶ～

「**広告**から予想した効果が得られなかった。」という経験はありませんか。

購入トラブルにつながりやすい点、**広告**を見る際に「どこに」注意がいきやすいか、「なにが」読み取れるかという観点から、認知心理学の知見に基づいて説明します。

【日時】 令和3年 **9月18日** (土)

午後**1時～2時30分**

参加
無料

【会場】 駅前交流プラザ「よろーな」大会議室

【講師】 北海道大学 大学院 文学院 心理学研究室

河原 純一郎 氏

【申込】 50名限定 電話・fax・メールでお申込み下さい。

【お願い】 **新型コロナ感染対策として**

- ①申込時に氏名と連絡先の確認 ②マスクの着用 ③検温と手指消毒



【講師プロフィール】

博士（心理学）

広島大学助教授、産業技術総合研究所主任研究員などを経て平成27年から現職。認知心理学が専門。顔・注意・ストレス・広告・魅力をキーワードに基礎・応用の両側面から研究を進めています。著書に「シリーズ統合的認知注意」「基礎心理学実験法ハンドブック」「美しさと魅力の心理」

先着**50名**
予約制

【申込先】 **申込み期限：9月16日** (木) 16時まで

名寄市消費生活センター電話・fax：(01654)**2-3575**

メール：ny-shouhi@city.nayoro.lg.jp