

授業科目名 <英訳>		社会疫学 I Socio-epidemiology I		担当者所属・ 職名・氏名		医学研究科 准教授 木原 雅子					
配当 学年	専門職	単位数	2	開講年度・ 開講期	2018・ 前期	曜時限	月3	授業 形態	講義	使用 言語	日本語及び英語

[授業の概要・目的]

● コースの概要

- ・社会疫学socio-epidemiologyとは、量的方法と質的方法、疫学と社会科学を統合的に用いて、現実社会で可能な予防方法の開発を目指す学際的で実践的の学問分野である。
- ・社会疫学I（前期）では社会疫学の方法論的背景や社会疫学のフレームを形作る基本的方法（ソーシャルマーケティング、行動科学、社会的サンプリング・実験デザイン）を扱う。
- ・社会疫学II（後期）では、量的方法と質的方法の統合的パラダイムの重要性を前提に量的方法（質問紙法）と質的方法（面接法と分析法）の実践的教育を行なう。

● 教育・学習方法

- ・講義、小グループ形式による演習

[到達目標]

● 学習到達目標（このコース終了時までに習得が期待できること）

- 1.社会疫学という学問分野の方法と意義を理解する。
- 2.疾病の発症が社会的要因によって影響を受けることを理解する。
- 3.ソーシャルマーケティング（SM）の概念・方法・適用範囲を理解する。
- 4.SMの中に取り入れられている行動理論の基礎を理解する。
- 5.商業的マーケティングとソーシャルマーケティングの類似性・違いを理解する。
- 6.社会的サンプリング法や社会実験的デザインの種類や利点・限界を理解する。

[授業計画と内容]

- 第1回 4月09日（月3）イントロダクション
 第2回 4月16日（月3）社会科学の歴史と社会疫学
 第3回 4月23日（月3）ソーシャルマーケティング（1）：基本概念と行動理論
 第4回 5月07日（月3）ソーシャルマーケティング（2）：形成調査
 第5回 5月14日（月3）ソーシャルマーケティング（3）：プロダクト開発パート1
 第6回 5月21日（月3）ソーシャルマーケティング（4）：プロダクト開発パート2
 第7回 5月28日（月3）ソーシャルマーケティング（5）：プロモーション：パート1
 第8回 6月04日（月3）ソーシャルマーケティング（6）：プロモーション：パート2
 第9回 6月11日（月3）社会的サンプリング・実験法（1）
 第10回 6月18日（月3）社会的サンプリング・実験法（2）
 第11回 6月25日（月3）社会疫学的研究デザイン（1）：演習（発表）
 第12回 7月02日（月3）社会疫学的研究デザイン（2）：演習（発表）
 第13回 7月09日（月3）社会疫学的研究デザイン（3）：演習（発表）
 第14回 7月23日（月3）社会疫学的研究デザイン（4）：演習（発表）
 第15回未定 総合討議
 試験未定

*注意；講義内容やスケジュールは、当該年度の学生の要望や進捗状況により変更になる場合があるのでご了承ください。

社会疫学 I(2)

[履修要件]

MPH選択
MCR推奨選択
GC推奨選択

[成績評価の方法・観点及び達成度]

平常点（出席を含む）（30％）、レポート（40％）、試験（30％）

[教科書]

使用しない

[参考書等]

（参考書）

推奨テキスト：参考書（より深く勉強したい人のためのテキスト）

1.A.R.Andreasen. Marketing social change. Jossey-Bass, San Francisco, 1995

2.Stephen I, Michael WB. Handbook in research and evaluation. 3rd ed., EdITS, San Diego, CA

[授業外学習（予習・復習）等]

特になし

（その他（オフィスアワー等））

その他メッセージ

・将来、疾病の予防、健康指導に関わる可能性のある人、予防や健康指導に興味の深い人の受講が望ましい。

後期の社会疫学Ⅱとセットになっているので通年で受講することが望ましい

人間健康科学系専攻学生の受講可否：受講可

※オフィスアワーの詳細については、KULASISで確認してください。