

科目コード	ナンバリング	単位数	学期	授業区分	科目区分	履修区分	配当学年	
44000	X-13-B-3-440008	2	後期	【1年次生】国際学部国際文化学科	×	×	×	
授業科目	担当教員			【1年次生】国際学部国際文化学科英語集中コース				
				【2年次生以上】国際学部国際文化学科	×	×	×	
商品企画	藤田 美幸			【2年次生以上】国際学部国際文化学科英語集中コース	×	×	×	×
				【1年次生】経営情報学部経営学科	×	×	×	
				【1年次生】経営情報学部情報システム学科	×	×	×	
				【3年次生以上】情報文化学部情報システム学科経営コース	専門	選択	3年	
		【3年次生以上】情報文化学部情報システム学科情報コース	専門	選択	3年			

授業目的

企業や組織など様々なビジネス活動に必須である商品・サービスの発案と企画化について学びます。企業が持続的に成長するためには魅力的な商品やサービスを生み出し続ける必要があります。そのための知識や手法を学びます。本講義では知識や手法を体得することを目的とし、グループ単位で学んだ内容を用いて実践します。具体的には、1. 市場機会の発見、2. 商品（サービス）アイデアの発想、3. アイデアの発案・企画化・提案することをおこないます。なお、この科目は「自主的、計画的に情報を集め、考察し、自らの見解を加えて記述し発表する力を養う」ための科目のひとつになります。

各回毎の授業内容

第1回 【授】イントロダクション講義のガイダンス、「商品企画」の講義内容 【前・後】当日配布資料の復習をする	第9回 【授】企画会議2：マーケティング・リサーチ 【前・後】前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、4時間相当の事前事後学習
第2回 【授】製品・サービスの概念、消費者行動論 【前・後】マーケティング論の復習、前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、4時間相当の事前事後学習	第10回 【授】企画会議3：プレゼンテーションの技法 【前・後】前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、4時間相当の事前事後学習
第3回 【授】マーケティング・リサーチ：定性調査1 【前・後】前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、4時間相当の事前事後学習	第11回 【授】企画会議4：プレゼンテーション資料作成 【前・後】前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、4時間相当の事前事後学習
第4回 【授】マーケティング・リサーチ：定性調査2 【前・後】前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、4時間相当の事前事後学習	第12回 【授】中間発表 【前・後】個人別に各チームの評価（プレゼンテーション評価法に基づく）、4時間相当の事前事後学習
第5回 【授】マーケティング・リサーチ：定量調査1 【前・後】前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、4時間相当の事前事後学習	第13回 【授】企画会議5：商品・サービス企画の再考1 【前・後】前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、チーム別に企画の再考、作成4時間相当の事前事後学習
第6回 【授】マーケティング・リサーチ：定量調査2 【前・後】前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、4時間相当の事前事後学習	第14回 【授】企画会議6：商品・サービス企画の再考2 【前・後】前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、チーム別に企画の再考、作成4時間相当の事前事後学習
第7回 【授】マーケティング・リサーチ まとめ（小テスト）、チームビルディング 【前・後】前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、4時間相当の事前事後学習	第15回 【授】最終発表 【前・後】個人別に各チームの評価（プレゼンテーション評価法に基づく）、4時間相当の事前事後学習
第8回 【授】企画会議1：セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング 【前・後】前回までの講義ノートの見直し、および配布資料を熟読する、4時間相当の事前事後学習	第16回 【授】最終発表資料提出

成績評価方法

	知識・理解	思考・判断	関心・意欲	強調・指導力	発表・表現	その他	評価割合(%)
定期試験							
小テスト・授業内レポート							30
宿題・授業外レポート							
授業態度・授業への参加							30
成果発表（口頭・実技）							40
演習							
その他							

小テスト・授業内レポート 30%、授業態度・授業への参加 30%、成果発表（口頭・実技）40%の配分で評価します。積極性が加味され、単に講義の時間に出てきても、プランの準備をしていない人、チームに貢献していない人、課題に対して貢献しない人は、授業態度・授業への参加の評価を減点します。また発表は全員で評価します。その結果を講義内で公表します。また、講師より出来具合について講評します。

教科書参考書

講師が資料を準備します。

受講に当たっての留意事項

マーケティング論の単位を取得済であることが受講の条件です。授業では、知識や理論のインプット学習と、チームに分かれバーチャルで商品・サービスを企画・発表するアウトプット学習により理解を深めます。
 ・講師より課題を出します。このときいくつかのインストラクションはしますが、あくまでも学生が自主的に学習して授業の準備をします。
 ・1つのテーマに対して、幾つかのチームに分かれて作業を分担、授業を行います。主に学生同士の質疑応答で授業は進行します。

学習到達目標

1. 社会や地域のイノベーションを推進する主体としての新たな商品・サービスの重要性を理解することができる。
2. 商品・サービス企画の理論や実務など理解を通じ、主体的に新たな企画を開発する知識を身につけることができる。
3. 商品・サービスの企画プランを作成し、説得力のあるプレゼンテーションができる。

JABEE

関連する学習・教育到達目標：I

【授】：授業内容【前・後】：事前・事後学習