

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				×	×	×
授業科目	担当教員						
商品企画	藤田 美幸	2	後期	【1年次生】国際学部国際文化学科 【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 【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 【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
				【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ー講義のガイダンス、「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。このときには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、授業を行いますが、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