

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	
440008	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	×	×	×	
				【2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	
		【2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。また、ゲストスピーカーをお招きし商品企画の実情についても学びます。

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2回

【授】製品・サービスの概念-製品ライフサイクル、市場機会の発見プロセス、セグメンテーションについて-
【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】消費者行動論-購買意思決定
【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4回

【授】チームビルディング-消費者ニーズの把握-
【前・後】前回までの講義ノートの見直しおよび理論の復習、4時間相当の事前事後学習

第5回

【授】市場調査-企画会議1-
【前・後】前回までの講義ノートの見直しおよび理論の復習、グループ別に商品・サービスの市場調査、4時間相当の事前事後学習

第6回

【授】ゲストスピーカー 商品・サービス企画について学ぶ
*都合により変更の可能性あり
【前・後】該当企業のホームページおよび新聞検索をして、あらかじめ理解しておく、4時間相当の事前事後学習

第7回

【授】ポジショニング分析-企画会議2-
【前・後】前回までの講義ノートの見直しおよび理論の復習、グループ別に商品・サービスの市場調査、4時間相当の事前事後学習

第8回

【授】アイデア発想法・選択法-企画会議3-
【前・後】前回までの講義ノートの見直しおよび理論の復習、グループ別に商品・サービスの市場調査、4時間相当の事前事後学習

第9回

【授】プレゼンテーションの技術-プレゼン・ソフトでの発表資料作成法
【前・後】前回までの講義ノートの見直しおよび理論の復習(教科書を参照すること)、4時間相当の事前事後学習

第10回

【授】プレゼンテーション資料作成-企画会議5-
【前・後】前回までの講義ノートの見直しおよび理論の復習(教科書を参照すること)、4時間相当の事前事後学習

第11回

【授】中間発表
【前・後】グループ別にビジネスプランの討議と作成、前回までの講義ノートの見直しおよび理論の復習、4時間相当の事前事後学習

第12回

【授】商品・サービス企画の再考-企画会議6-
【前・後】グループ別に分かれ商品・サービス企画の再考、4時間相当の事前事後学習

第13回

【授】商品・サービス企画の再考-企画会議6-
【前・後】グループ別に分かれ商品・サービス企画の再考、4時間相当の事前事後学習

第14回

【授】最終発表
【前・後】グループ別に分かれ商品・サービス企画の再考、4時間相当の事前事後学習

第15回

【授】最終発表について講評
・総括-ダイジェストし、重要なポイントについて復習する-
【前・後】グループ別に分かれ商品・サービス企画の再考、4時間相当の事前事後学習

第16回

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							20
宿題・授業外レポート							20
授業態度・授業への参加							20
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20%、授業態度・授業への参加20%、授業態度・授業への参加20%、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ヒト、グループに貢献していないヒト、課題に対して貢献しないヒトは、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。その結果をポータルで公表します。また、教員より出来具合について講評します。

教科書参考書

<参考文献>

神田 範明他、『ヒットを生む商品企画七つ道具 よくわかる編』、日科技連出版社、2000年

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、グループ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。

商品・サービス企画に携わるゲストスピーカーをお招きします。遅刻厳禁かつ私語厳禁。社会人としてマナーに反しますので5分遅刻の場合は入室はできません。また途中退出も認めません。

またゲストスピーカーのスケジュールの都合により授業内容の順番が前後します。

学習到達目標

本講義の到達目標

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