

| 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・2年次生】国際学部国際文化学科 | × | × | × | | |
| 授業科目 | 担当教員 | | | 【3年次生以上】国際学部国際文化学科 | × | × | × | | |
| 商品企画 | 藤田 美幸 | | | 【3年次生以上】国際学部国際文化学科英語集中コース | × | × | × | | |
| | | | | 【1・3年次生】経営情報学部経営学科 | × | × | × | | |
| | | | | 【1・3年次生】経営情報学部情報システム学科 | × | × | × | | |
| | | | | 【4年次生】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 | | |
| | | | | 【4年次生】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。

本講義では商品・サービスの発案と企画化の知識や手法を取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

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。

発表内容については、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

講義では、知識や理論のインプット学習と、チームに分かれ商品・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。これは課題解決型の講義になります。つまり、学生が主体的にグループワークで課題を解決を行い、プレゼンテーション、発表を行います。

(1) 顧客志向を探るには、思い込みでなく実際に生じているデータを集め、提示します（エビデンス）。

二次データ（統計資料や既存の文献など、他人が集めた結果として既にこの世に存在するデータ）はもちろんのこと、出来る限り一次データ（自分で集めたデータ）を集めます。

また、企業の実データを用いることもあります。

さらに、企業の企画担当者からレクチャーを受けることもあります（招聘講師）。

・講師より課題を出します。このときについ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。

| | | |
|--------------------|----------------|-------------------------------------|
| 実務経験のある教員による授業科目有無 | 実務経験と授業科目との関連性 | アクティブラーニング（ディスカッション、グループワーク、発表等）の実施 |
| × | | ○ |

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

【授】：授業内容【前・後】：事前・事後学習