

講義名	製品戦略論（マーケティング学科）		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	清水 信年		
開講期・曜日・時限	前期 火曜日 4時限		
	2018年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2018年度 人間社会学部 観光学科 / 2018年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2018年度 経済学部 経済情報学科 / 2018年度 経済学部 経済学科 / 2018年度 商学部 マーケティング学科 / 2018年度 商学部 経営学科 / 2017年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2017年度 人間社会学部 観光学科 / 2017年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2017年度 経済学部 経済情報学科 / 2017年度 経済学部 経済学科 /		
履修開始年次	2年生	単位数	2
		講義コード	24075

### 主題と概要

製品開発活動のなかでも、とくに「商品企画」に関して実践的に学ぶことを目的としています。大学で行われている学生参加型商品開発イベント等に参加する学生、あるいは将来のキャリアとして商品開発業務を目指す学生が、優れた商品企画を提案できるための基礎的な知識修得と実習を行います。

本科目の主な履修者として想定するのは、流通科学大学が主催している「神戸学生イノベーターグランプリ（I-1グランプリ）」のような、企業などに商品企画提案を行なう活動に参加する学生です。協力企業に評価されるような商品企画を提案するための、基礎的な知識修得を目指します。

加えて、上記のようなイベントには参加はしないが商品企画に関心がある、という学生の履修も歓迎します。どのような分野で学ぶ学生でも将来、「企画」という活動に関する仕事に携わる可能性はあります。本科目を通じて、そのときに役立つような経験を積んでもらうことができればと思います。

### 到達目標

商品企画に関する基本を理解し、それを実践で活かすことができるようになることを目指します。

### 提出課題

小レポートのような提出物を数回、求めます。

### 評価の基準

ワークショップへの参加貢献度（60%）  
 ケーススタディへの参加貢献度（40%）  
 期末試験は行いません。

### 履修にあたっての注意・助言他

通常の講義とは運営形態が大きく異なるので、初回講義時のガイダンスに必ず出席してください。座学だけでなく実習も多く含む内容なので、履修者の人数によっては授業計画を一部変更する可能性があります。

また、当科目は同じ前期・火曜日の3時限と4時限に開講され、それぞれ履修できる学科・コースが設定されていますので、履修や出席を間違えないようよく確認してください。

### 教科書

.1からの商品企画.	西川英彦・廣田章光編著	碩学舎	1800	978-

### プリント資料及び参考文献

特になし（適宜、配布します）。

### 授業計画

- 1 商品企画の流れ
- 2 講義「探索的調査」-1
- 3 講義「探索的調査」-2
- 4 ワークショップ「インタビュー法」
- 5 講義「コンセプトデザイン」-1
- 6 講義「コンセプトデザイン」-2
- 7 ワークショップ「アイデア創出」
- 8 講義「検証的調査」-1
- 9 講義「検証的調査」-2
- 10 ワークショップ「3C分析」
- 11 講義「企画書作成」-1
- 12 講義「企画書作成」-2
- 13 ケーススタディ 1
- 14 ケーススタディ 2
- 15 ケーススタディ 3

### 予習・復習

- \* 講義の予習・復習 : 各2時間×6回=12時間
- \* ワークショップの準備と復習 : 各2時間×6回=12時間
- \* ケーススタディの準備と復習 : 各2時間×3回=6時間

### 備考