

講義名	商品開発特別研究（火5・火6）		
科目区分	特別研究		
担当教員	清水 信年		
開講期・曜日・時限	後期 火曜日 5時限 / 後期 日曜日 2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	4
		講義コード	25033

### 主題と概要

魅力ある商品を生み出すためには、顧客についての深い洞察はもちろん、競合他社の戦略や技術力などの分析、政治経済や社会の動きの把握、チームメンバーとの協働など、多様な要素がかかわっています。つまり、商品開発活動をテーマとした実習として取り組むことは、商学部で学ぶさまざまな分野の知識を動員することを意味します。学んだ知識を実践に生かすという意味での「実学」として、当科目は商品開発実習にチャレンジします。（具体的には、後期に開催される「神戸学生イノベーショングランプリ（I - 1グランプリ）」に参加することを想定しています。）

### 到達目標

商品開発活動の実習を通じて、商学部で学ぶ知識を自分自身の思考の道具として使えるようにすること、また実践を通じて自分自身にとって必要な新たな学びについて気づくこと、を目指します。

### 提出課題

最終的に提案する商品企画の資料（期末レポートを含む）

### 評価の基準

各講義回におけるグループワークへの参加貢献度（60%）  
最終的に提案する商品企画の内容（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。  
\* 前期に開講している科目「商品開発特別研究」とは、別のテーマで商品企画に取り組んでいただきますので、履修した学生でも を続けて履修することは可能です。また を履修せず のみ履修することも可能です。  
\* 前期に開講している科目「製品戦略論」、後期に開講している科目「マーケティング・プレゼンテーション論」も、可能な限り履修してください。  
\* 時間割の上では講義は週2回ですが、その他にもグループワークなどで活動時間が必要になってくることを理解しておいてください。

### 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

適宜、配布します。

### 授業計画

- 1 探索的調査の実習
- 2 探索的調査の実習
- 3 探索的調査の実習
- 4 コンセプトデザインの実習
- 5 コンセプトデザインの実習
- 6 コンセプトデザインの実習
- 7 検証的調査の実習
- 8 検証的調査の実習
- 9 検証的調査の実習
- 10 企画書作成の実習
- 11 企画書作成の実習
- 12 企画書作成の実習
- 13 プレゼンテーション実習
- 14 プレゼンテーション実習
- 15 プレゼンテーション実習

### 予習・復習

\* 各回の準備および作業継続 : 各4時間×15回=60時間

### 備考