

講義名	イノベーション論		
科目区分	学部専門科目		
担当教員	廣田 章光		
開講期・曜日・時限	前期集中 その他 その他		
履修開始年次	3年生	単位数	2
		講義コード	73024

### 主題と概要

顧客創造を行うために重要となるマーケティング発想、マーケティング思考について講義に加えて演習形式を組み合わせることによって、理解と実践的能力を習得する。  
 具体的には、シリコンバレーにおけるスタートアップで、マーケットを創れる人材育成プログラムとして日常的に活用されている、デザイン・シンキングプログラムの概要および実際に使ってみることで習得する。

### 到達目標

経営におけるマーケティングの役割。マーケティングにおける顧客創造と顧客満足の違いを理解する。その上で、顧客創造における実践的プログラムである、デザイン・シンキングの特性とマーケティングとの関係を理解し、実践的に活用できることが目的となる。

### 提出課題

フィールド調査レポート  
 中間報告  
 最終企画書

### 評価の基準

単なるアイデアではなく、有効性、収益性、実現性の観点から評価。

### 履修にあたっての注意・助言他

実習形式のため、集中講義期間全ての日程に必ず出席のこと。

### 教科書

. 1からの商品企画. 西川・廣田 碩学舎 2400 978-

### プリント資料及び参考文献

教材、ワークシート、マテリアルを適時配布。

### 授業計画

1日目  
 講義の進め方と約束、この講義であなたに身に付くこと、講義の全体像  
 観察法を身につける

第2回 商品企画プロセス：ライオン「トップ ナノックス」  
 消費者ベースのブランドエクイティの形成において、製品がどのように関連しているかを考える。その上でブランド構築における製品開発の重要性と役割を学ぶ。

第3回 インタビュー法：資生堂「マジョリカマジョルカ」  
 第4回 観察法：IDEO「ATM」  
 第5回 リード・ユーザー法：フェリシモ「生活雑貨大賞」  
 調査報告

2日目  
 マーケティングとデザイン・シンキング  
 第6回 アイデア創出：TOTO「クラッソ」  
 第7回 コンセプト開発：エースコック「JANJANソース焼きそば」  
 第8回 プロトタイピング：IDEO「ショッピング・カート」  
 第9回 市場規模の確認：ロッテ「Fit's」  
 第10回 顧客ニーズの確認：ハウスウェルネスフーズ「C1000ビタミンレモンカラーゲン」  
 パズ法、パズルピース法、リプレース法、キャスト法などの実践的手法も紹介。

3日目  
 第11回 販促提案：サントリー「ハイボール」  
 第12回 価格提案：バステル「なめらかプリン」  
 第13回 チャネル提案：花王「ヘルシア緑茶」  
 最終企画報告

### 予習・復習

テキスト指定章を確認  
 次回講義までに、観察による調査気づきメモ、撮影した写真をプリントアウトして持参。  
 デザイン・シンキングプログラムを試行してみて課題を抽出

### 備考