

講義名	製品戦略論（マーケティング学科）		
科目区分	展開		
担当教員	清水 信年		
開講期・曜日・時限	前期 火曜日 4時限	授業形態	
	2019年度 人間社会学部 人間健康学科 スポーツマネジメントコース/2019年度 人間社会学部 人間健康学科 スポーツ健康コース/2019年度 人間社会学部 人間健康学科/2019年度 人間社会学部 観光学科 ホテル・ブライダルコース/2019年度 人間社会学部 観光学科 観光事業コース/2019年度 人間社会学部 観光学科/		
履修開始年次	2年生	単位数	2
		備考	

主題と概要
<p>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。</p> <p>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-I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。</p> <p>加えて、上記のようなイベントには参加はしません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があります。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ると思います。</p> <p>2020年度前期は、オンラインでの「同時双方向型講義」をベースにして、「課題学修型」も数回実施する予定です。</p>

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
小レポート課題のような提出物を数回、求めます。それらは主に、「課題学修型」の回に実施します。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック
小レポート課題に関して、教員からのコメントは次回講義でお返しします（履修者が多いので、個別学生の提出課題へのコメントはできません）。

評価の基準
数回の小レポート課題（100%）

履修にあたっての注意・助言他
<p>初回講義（4月21日）は、「同時双方向型」講義で実施します。そこで全体スケジュールや小レポート課題などについても解説しますので、必ず受講するようにしてください。</p> <p>教科書を各受講生が持っていることを前提に講義を進めますので、必ず入手しておいてください。</p> <p>当科目は同じ前期・火曜日の3時限と4時限に開講され、それぞれで履修できる学科・コースが設定されていますので、よく確認してください。</p>

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	978-4502693007

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
<ol style="list-style-type: none"> 商品企画の流れ 講義「探案的調査」-1 講義「探案的調査」-2 「探案的調査」に関する課題学修 講義「コンセプトデザイン」-1 講義「コンセプトデザイン」-2 「コンセプトデザイン」に関する課題学修 講義「検証的調査」-1 講義「検証的調査」-2 「検証的調査」に関する課題学修 講義「企画書作成」-1 講義「企画書作成」-2 商品開発ケースに関する課題学修-1 商品開発ケースに関する課題学修-2 商品開発ケースに関する課題学修-3

授業形態（アクティブ・ラーニング）
<p>ア：PBL（課題解決型学習）</p> <p>○ イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）</p> <p>ウ：ディスカッション、ディベート</p> <p>エ：グループワーク</p> <p>オ：プレゼンテーション</p> <p>カ：実習、フィールドワーク</p>

準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間
<p>* 講義の予習・復習：各2時間×9回=18時間</p> <p>* 課題学修の準備と復習：各2時間×6回=12時間</p>

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述
<p>「同時双方向型」講義の際には、講義時間中にチャット機能などを使って質疑応答などを行いません。</p> <p>「課題学修型」講義の際には、教員からのフィードバックは次回講義時に行ない、学生からの質問などはメールで受け付けます。</p>

実務経験の有無及び活用
実務経験あり（当科目には関連なし）。

備考