講義名	商品開発特別研究Ａ/商品開発特別研究Ｉ					授業形態	
担当教員	後藤　こず恵	開講期・曜日・時限	後期 金曜日 ４時限				
		単位数	2	履修開始年次	２年生	ナンバリング・コード	CSM250

主題と概要

消費者にとって価値ある商品を開発をする上で必要となる基本的な考え方やプロセスを学ぶ。
ライフスタイルの多様化している現代社会において、消費者のニーズは以前にも増して複雑化している。そのような中で、消費者の顕在的・潜在的ニーズを把握し、既存の資源を組み合わせ、価値ある商品・サービスを立案する力が求められている。このような問題意識に基づき、本講義では主体的に考え、知識を知恵に変えられる力を身につけるためのトレーニングを行う。

到達目標

この授業で取り組む課題を通じて、①課題を発見する力、②課題を分析する力、③企画を立案する力を高められる。そのことにより、各種社会共創プロジェクトにおいて必要とされる知識・技能を身につけることができる。

提出課題

各回の授業内容に関する小レポート（キャンパスクロス）を出題するので期限までに提出すること。
それ以外に中間レポートおよび最終レポートの提出を求める。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

提出内容についてのコメントを適宜フィードバックする。

評価の基準

小レポート授業ごと　＝５０％
中間レポート　１回　＝２５％
最終レポート　１回　＝２５％

各種レポートを作成する際には、授業で学んだことをまとめるだけに留まらず、これまでに学んだ知識（授業外を含む）を総動員して自身の考えについて議論する姿勢が求められる。

履修にあたっての注意・助言他

マーケティング関係の科目の受講経験がある、もしくは同時に受講していることが望ましいが、必須ではない。
テキストを読み、設問に答えてくる宿題を出すので、スケジュール管理に注意を払われたい。

マーケティング関連の授業を履修するにあたっては、普段から経済ニュースに触れておくことが望ましい。日経テレコン（学内PCよりアクセス可）において日経流通新聞などを読む習慣をつけると授業で学んだ理論を具体的な事象に落とし込んで理解できるようになるだろう。また、同様の現象を異なる場面で観察したときにその背景について考察することも可能である。その他、テレビ東京の経済番組（ニュース、ドキュメンタリー）についても学ぶところが多いので視聴をお勧めする。

教科書

.１からの商品企画.	西川・廣田	碩学舎	2640	4502693006

参考図書

.なし.				

その他

授業計画

第1章 商品企画プロセス
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第2章 インタビュー法
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第3章 観察法
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第4章 リード・ユーザー法
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第5章 アイデア創出
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第6章 コンセプト開発
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第7章 プロトタイピング
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第8章 市場規模の確認
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第9章 競合・技術の確認
　テーマに関する予習・復習2時間づつ
第10章 顧客ニーズの確認
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第11章 販促提案
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第12章 価格提案
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第13章 チャネル提案
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第14章 企画書作成
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間
第15章 プレゼンテーション
　テーマに関する基本的な用語の予習　2時間
　授業内容に関連するニュースやHPの閲覧　2時間

授業形態（アクティブ・ラーニング）

	ア：PBL（課題解決型学習）		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）
○	ウ：ディスカッション、ディベート		エ：グループワーク
	オ：プレゼンテーション		カ：実習、フィールドワーク
	キ：その他（ＡＬ型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）		

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

課題を発見する力と分析する力を身につけることで、生活者（消費者）の視点に立って物事を捉えるマインドを養うことができる。また、企画を立案する際には、供給者（企業）の視点に立ってさまざまな資源を組み合わせたり、ライバルとの関係を考察する力を養えるだろう。両者を同時に併せ持つことで、より包括的な思考ができる人材となれる。このことは、企業マネジメントに関する幅広い知識と専門領域で要求される知識・実践的能力を身につけるというディプロマポリシーの達成に貢献する。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

宿題の提出、授業中の小レポートにはキャンパスクロスを使用する。
そのため、スマートフォンやパソコンなどインターネット接続が可能な端末の携帯がが必須となる。
余裕を持って準備いただけるようにお願いしたい。

実務経験の有無及び活用

備考