

講義名	製品戦略論			授業形態	
担当教員	清水 信年	開講期・曜日・時限	前期 火曜日 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	MKT261
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社会共創活動（学生参加型の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ようになるための基礎的な知識修得と実習を行います。 当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社会共創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					
小テストを複数回、実施します。また、終盤の数回の講義ではレポート課題を設定します。課題を実施するスケジュールは、事前にお知らせします。					
課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法					
小テストの内容に関して、教員からの解説はその講義中にお返しします。またレポート課題についても、できるだけ講義中にコメントをします（履修者が多いので、個別の学生の提出内容へのコメントは難しいことをご理解ください）。					
評価の基準					
小テスト（70％） レポート課題（30％）					
履修にあたっての注意・助言他					
当科目では、「オンデマンド講義」（講義動画を学生が視聴する講義）を全部で6回、設けています。具体的には、下記の「授業計画」を参照してください。オンデマンド講義の回は、皆さんの都合のよいタイミングで講義動画を視聴して学ぶことができます。教室での講義は行ないません。 その点も含めて初回講義で、全体スケジュールや小テスト、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。 また、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。教科書は、紙の書籍とデジタル書籍の好きな方を選んで購入することができます。					
教科書					
. 1 からの商品企画.		西川英彦・廣田章光編著	碩学舎	2640	9784502693007
参考図書					

【他】		
特になし（適宜、配布します）。		
授業計画		
以下で が付いている回は、オンデマンド講義です。教室での講義はありません。		
【第1回】 第1章「商品企画プロセス」 予習：該当章の予習（60分） 復習：該当章の復習（60分）		
【第2回】 第2章「インタビュー法」・第3章「観察法」 予習：該当章の予習（60分） 復習：該当章の復習（60分）		
【第3回】 第1～3章の小テストと解説 予習：小テストのための復習（60分） 復習：当日学んだことの復習（60分）		
【第4回】 第5章「アイデア創出」・第6章「コンセプト開発（前半）」 予習：該当章の予習（60分） 復習：該当章の復習（60分）		
【第5回】 第6章「コンセプト開発（後半）」・第7章「プロトタイピング」 予習：該当章の予習（60分） 復習：該当章の復習（60分）		
【第6回】 第1～3章の小テストと解説 予習：小テストのための復習（60分） 復習：当日学んだことの復習（60分）		
【第7回】 ゲスト講師による実践講義 予習：特になし。 復習：当日学んだことの復習（120分）		
【第8回】 第8章「市場規模の確認」・第9章「競合・技術の確認」 予習：該当章の予習（60分） 復習：該当章の復習（60分）		
【第9回】 第10章「顧客ニーズの確認」 予習：該当章の予習（60分） 復習：該当章の復習（60分）		
【第10回】 第8～10章の小テストと解説 予習：小テストのための復習（60分） 復習：当日学んだことの復習（60分）		
【第11回】 第11～15章「企画書作成」 予習：該当章の予習（60分） 復習：該当章の復習（60分）		
【第12回】 第11～15章の小テストと解説 予習：小テストのための復習（60分） 復習：当日学んだことの復習（60分）		
【第13回】 商品開発ケーススタディ 予習：ケーススタディの事前課題（60分） 復習：当日学んだことの復習（60分）		
【第14回】 商品開発ケーススタディ		
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（A L 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		
【ブランド戦略コース】 商品企画はマーケティング活動の代表的分野の一つであり、当科目ではその基礎知識を身につけるとともに実習を通じて問題探索や課題提案の能力も養います。複数回のケーススタディを通じて、実際の企業における商品企画活動の具体的な姿を理解するとともに、受講者自身が将来に商品企画を担当する際のシミュレーションともなります。		
【流通ビジネスコース】 商品企画はマーケティング活動の代表的分野の一つであり、当科目ではその基礎知識を身につけるとともに実習を通じて問題探索や課題提案の能力も養います。流通システムの理解に関連する内容は取り扱わず、小売業に特化したテーマではありませんが、近年は小売業が独自で行なう商品企画の重要性も増しており、消費者に評価される商品企画活動とはどのようなものが理解することを通じて、小売業の役割を理解し関心を持つことにつながると考えられます。		
双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述		
講義中に行なう小テストやレポート課題は基本的に、ウェブ上に用意した入力フォームで各自のスマートフォンやPC等を用いて記載していただきます。（何らかの事情でそうした機器が使えない受講者には、別の方法を指示します。） 全部で6回あるオンデマンド講義は、皆さんの都合のよい時間に、何度でも視聴していただくことができます。視聴する機器は各自で準備してください。		
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		