

科目番号	科目名	配当年次	授業形態	単位	担当教員
M305	商品企画論 / 商品企画の産業史 I	3年	講義	2	北浦さおり
授業概要 商品開発のプロセスと商品開発の歴史を事例と実践を通して学ぶ。具体的には、各時代の代表的な商品開発事例を取り上げ、歴史的な流れを学ぶ。また、商品開発のプロセスについては、ニーズの発見から商品アイデアまでに必要な手法を段階的に学ぶ。商品開発の一連のプロセスを理解できるように、それぞれの段階ごとに学んだ手法を実践する機会を設ける。					
到達目標(学習の成果) ・商品開発のプロセスと歴史的背景を理解できるようになる(DP3)。 ・商品開発に関する専門知識を身につけることができるようになる(DP2)。					
授業計画					
回	表題	学修内容			
1	商品企画とは？	開発の流れと事例、および商品企画の4パターンを学ぶ			
2	商品企画のパターン①	既存商品のリニューアルパターンを「デパ地下リニューアル」事例から学ぶ			
3	商品企画のパターン②	既存商品の新顧客開拓パターンを「アメリカ市場開拓」事例から学ぶ			
4	商品企画のパターン③	現顧客に向けた新商品企画パターンを「日清食品商品企画」事例から学ぶ			
5	ニーズの発見①	ニーズを発見するための手法(消費者動向調査)を学ぶ			
6	ニーズの発見②	スナック菓子市場を例に業界市場分析を学ぶ			
7	コンセプトを考える①	缶コーヒー市場を例にコンセプトの構造、ポジショニングを学ぶ			
8	コンセプトを考える②	菓子市場を例にコンセプト作成、ネーミングの手法を学ぶ			
9	コンセプトを考える③	企画商品の需要見込みについて学ぶ			
10	ターゲットの絞り込み①	ターゲットおよびセグメンテーションについて学ぶ			
11	ターゲットの絞り込み②	ターゲット・シナリオ技法を学ぶ			
12	商品アイデア①	商品アイデアに結びつく発想法について学ぶ			
13	商品アイデア②	発想法を用いて商品アイデアを生み出す			
14	グローバル社会の商品企画①	グローバルに展開する企業の商品企画例を学ぶ			
15	グローバル社会の商品企画②	国際競争に打ち勝つために必要な要因を学ぶ			

準備学修(授業外の自己学修)

毎授業内で課される課題をその前の授業で発表するので、各自予習と準備を行うこと。

成績評価の方法・基準(%表記)

授業内課題40%、期末レポート課題60%

観点	S	A	B	C
商品開発に関する専門知識の修得	完全に修得できている	ほぼ完全に修得できている	十分に修得できている	一定程度修得できている
商品開発のプロセスと歴史的背景の理解	完全に理解できている	ほぼ完全に理解できている	十分に理解できている	一定程度理解できている

教科書

特になし

参考書等

特になし

履修上の注意・学修支援

他の受講生に迷惑がかかるため、私語は厳禁だが、積極的な発言は歓迎する。

学習効果が高められるよう、疑問点はどんどん質問すること。

質問などは授業前(12:30~13:00)/授業後(16:10~16:30)を利用のこと。