

産業能率大学 経営学部

商品企画とマーケティング	履修年次	3	
	単位	2	
田中 彰夫、豊田 貞光	配当期	前	
	授業方法	講義/対面	
授業の内容			
<p>[授業の概要]</p> <p>本講義では、まず企業が商品企画を行う意義や必要性を考え、最近の事例をもとに、実際の企業が商品企画を行う意味を検討する。次いで、実際に企業が商品企画を行う場合の手順やプロセスを学ぶ。その際には、1年次で学んだマーケティングの基礎知識を復習しつつ、より深い内容を学ぶことになる。そうすることにより、皆さんが社会人になって商品企画のメンバーに選ばれた場合に、身につけた知識を商品開発に役立てられるような内容で構成されている。</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスパーソンとして、ゼロから事業や商品を企画するための手法や知識を習得し、使うことができる。 ・様々な制約条件のもと、企画案を考えて、実効的な対応策を考案できる。 ・マーケティングに関する理解を深めて、実社会で応用できる。 			
成績評価の方法			
授業への参加状況、授業外学習・提出課題・レポートテストの結果を総合的に評価する。			
週	授業項目	週	授業項目
1	商品企画ユニットの全体像の把握と商品企画の流れの理解	8	価格戦略の基本、価格の決め方理解
2	ターゲットと市場の理解①ターゲットについて	9	価格戦略の応用価格差別、フリー価格など)
3	ターゲットと市場の理解②市場の拡大について	10	販売促進戦略の理解
4	ターゲットと市場の理解③適切なターゲットの規模について	11	マーケティングリサーチの基本と全体像の理解
5	方針決定までの流れの理解	12	マーケティングリサーチの応用
6	コンセプトシートの理解	13	デジタルマーケティングの理解
7	製品戦略の理解	14	まとめ