

商品企画におけるマネジメント	履修年次	3	
	単位	2	
田中 彰夫、豊田 貞光	配当期	後	
	授業方法	講義/対面	
<b>授業の内容</b>			
<p>[授業の概要]</p> <p>本授業では最初に商品企画のマネジメントの概要を学び、次に過去の商品企画のケースを紹介し、なぜ成功に至ったのか(または失敗したのか)、その要因を探る。さらにプロジェクト・マネジメントの要点や、資金面に関するマネジメントを学ぶことで、商品企画における一連のマネジメントを習得することができる。商品企画を効果的に行うためには、基礎をきちんと学び、商品企画をプロセスに分けて段階的に実施する必要がある。本授業は基本的には講義形式であるが、ところどころで教員の質問に対してグループ単位もしくは個人で考えをまとめてもらい発表する機会を設け、基礎的な内容の理解の定着を図る。</p>			
<b>この科目の到達目標</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品企画におけるマネジメントの要素を理解し、商品企画につなげることができる。</li> <li>・プロジェクト・マネジメントを理解し、社会で直面する諸課題に対する解決案を立案できる。</li> <li>・商品企画に対する投資判断を理解し、実社会で実践できる。</li> </ul>			
<b>成績評価の方法</b>			
定期試験、課題、授業出席により総合的に判断し、評価する。			
週	授業項目	週	授業項目
1	商品企画におけるマネジメントの意義	8	計数面でのマネジメントの必要性 1(投資判断の考え方)
2	商品企画を考える要諦	9	計数面でのマネジメントの必要性 1(予実管理と投資判断の演習)
3	プロジェクト・マネジメントの組織と運営①(プロジェクト・マネージャーの役割)	10	製品マネジメント
4	プロジェクト・マネジメントの組織と運営②(WBS、PART 図)	11	広告マネジメント 1TV 広告
5	プロジェクト・マネジメントの組織と運営 1(ガントチャート)	12	広告マネジメント 1 インターネット広告
6	プロジェクト・マネジメントの組織と運営 1(グループワーク)	13	ブランドマネジメント
7	計数面でのマネジメントの必要性 1(予実管理など)	14	まとめ(商品企画ユニットの総復習)