

産業能率大学 経営学部

マーケット分析と商品企画	履修年次	2	
	単位	2	
奥角 翼	配当期	後	
	授業方法	講義/対面	
授業の内容			
<p>[授業の概要]</p> <p>本講義は、成熟社会の厳しいマーケティング環境下において、効果的な商品企画開発を推進できるようにという思いから内容を構成している。第1回から第8回の講義で商品の価値にかかせないデザインの重要性を学ぶ。そして第9回から第11回の講義でマーケットについての理解し流通から販売店、バイヤー視点からの商品のあり方を学ぶ。第12回から第14回でデザイン思考の応用や商品企画の応用編を学び、企画を行うベースの理念を得る事で他の事業への展開も可能になるノウハウを取得できる内容になっている。</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・商品企画、開発の流れを得ることができる。 ・ブランディング、ターゲティング、コンセプト作成、ポジショニング規定ができる。 ・デザインの重要性が理解でき、商品企画に活かすことができる。 ・デザイン思考について理解し、説明ができると同時にその実践プロセスを把握している。 			
成績評価の方法			
定期試験、提出課題、授業出席、授業外学習から下記のウェイトで評価する。			
週	授業項目	週	授業項目
1	ガイダンスと商品企画	8	デザイン思考による商品企画
2	現代社会における商品のあり方	9	ブランディングと商品について
3	メーカーにおける商品企画・開発のプロセス	10	街づくりのマーケット
4	メーカーにおける商品企画の現状	11	リテール視点からの商品のあり方
5	デザインの重要性	12	商品企画の応用
6	商品とデザインの関係性	13	デザイン思考の応用まちづくり編
7	デザイナー視点からの商品企画	14	マーケット分析と商品企画の総括