平成25年度授業シラバスの詳細内容

科目名(英)	商品開発学(Merchandise Development)	授業コード	A029751
担当教員名	橋本　堅二郎		
配当学年	2	開講期	後期
必修・選択区分	選択	単位数	2
履修上の注意または履修条件	教科書は使わず、レジュメを配布します。これをもとに、各自が自分なりのノートを作るよう希望します。特に、話したことを上手くメモしてください。		
受講心得	目と耳を集中して聞き、学んだことを書きだすこと。遅刻や受講態度など学部心得より厳しく対応します。		
教科書	教科書は使いません。		
参考文献及び指定図書	延岡健太郎『製品開発の知識』(日経文庫)など、商品開発関連のもの。		
関連科目	マーケティング、マーケティングリサーチ		

授業の目的	企業はモノやサービスを売って、成り立っています。そのモノ(やサービス)はどういったプロセスを経て世の中に出て行くのでしょう――何を(What?)、なぜ(Why?)、どのように(How?)。 講義では、新製品をどう作るのかといった単純なハウツーではなく、売るための「モノ(やサービス)をつくる」という企業活動の根本を、さまざまな側面から考えていきます。新製品、既存商品、開発方法、社内組織、企業ノウハウ、生活者、市場など幅広い領域についていろいろな視点から考えます。 さらに、現在のようにモノが溢れている状況の中で、如何に“サービス要素”が求められているかという点にも随時、触れていきます。
授業の概要	工学部と経営経済学部は、どのように「商品開発」に関与するのかを考えながら受講してください。最後に必ず当日の学びについてレポートを出してもらいます。

○授業計画	
学修内容	学修課題(予習・復習)
第 1 週 : 全体オリエンテーション 全体オリエンテーション　1. 授業目的　2. 各会の授業校正　3. 授業で考える基本姿勢　4. 商品開発の枠組みについて講義します。	
第 2 週 : 商品開発　事例① 1. 前回の復習　2. なぜ商品開発をするのか　3. 世の中の変化をとらえる　4. ニーズとシーズ　商品開発の前提として何を把握しないといけないのかについて講義します。	
第 3 週 : 既存商品の改良 世の中の変化に応えるためのは新製品だけではありません。既存商品を改良(リニューアル)することで世の中に期待に応えることを学びます。	
第 4 週 : ニーズ対応の型の新製品 企業が将来を託す“新”商品の開発。華やかな新商品開発のかげには、ユーザーの声を地道に聞き取って商品開発部門に生かす人々がいます。マーケティング・リサーチ	
第 5 週 : 商品開発とマーケティング アイディア開発から商品化に至るまでの過程＝マーケティングを学びます。どのようなチェックポイントがあり、それをどのように展開していけばいいのか。	
第 6 週 : 商品開発と社内組織 企業の中の組織を使わないと商品開発はできません。社内。外のいろいろな人が協力することで商品を開発します。	
第 7 週 : 前半のまとめ これまで学んだこと、皆さんが考えたこと、質問を中心に前半の整理をします。	
第 8 週 : 商品開発事例　②	

映像ににみる商品開発。ベンチャー企業や中小企業などいろいろな企業の商品開発について考えてみます。	
第 9 週 ： 商品開発戦略 開発した商品は開発しただけでは何も利益を生み出しません。新商品は売れて初めて利益を生み出すのです。商品開発は販売でもあるということを学びます。	
第10週： 商品開発とイノベーション 新技術を開発する、取り入れる…。日本の生き残る道として、イノベーションは重要です。自社のみの技術開発から、他社と協力するイノベーションまで。	
第11週： 商品開発のマネジメント 組織を使って結果をだすためにはマネジメントが必要です。開発プロセスや外部とのマネジメントが必要とされることを学びます。	
第12週： ユニバーサルデザインと社会サービス ユニバーサルデザインとは何でしょう？　単なるデザイン手法ではなく、人々の生活や社会をどのように見るかという哲学の問題でもあるのです。	
第13週： PL法と商品開発 良い（筈の）商品を開発すれば、それでオシマイとはいきません。社会意識の変化は、商品を開発した企業に大きな責任を負わせています。	
第14週： 後半のまとめ 商品開発と製品開発。シーズ提案型の商品開発を中心とした後半の講義を振り返ります。良い製品開発が、本当に良い商品として世に出ていくために…。	
第15週： 総まとめ 　これまでに学んだこと、考えたことの全体をおさらいします。企業における商品開発の目的と目標、社会におけるその役割と経営との関係など。	
第16週： 期末試験 配布した資料。ノートの持ち込み可	

授業の運営方法	（1）授業の形式	「講義形式」
	（2）複数担当の場合の方式	
	（3）アクティブ・ラーニング	
備考		

〇単位を修得するために達成すべき到達目標	
【関心・意欲・態度】	商品開発への関心を持つ。商品開発を通して一人視点と高い視野を持つことができる。
【知識・理解】	商品開発と開発に関わる組織、法律まで含めた知識を持ち理解する。
【技能・表現・コミュニケーション】	簡単な商品企画ができる。
【思考・判断・創造】	大量の情報から概念化していくことができる。

○成績評価基準（合計100点）			合計欄	200点
到達目標の各観点と成績評価方法の関係および配点	**期末試験・中間確認等（テスト）**	**レポート・作品等（提出物）**	**発表・その他（無形成果）**	
【関心・意欲・態度】 ※「学修に取り組む姿勢・意欲」を含む。	**20点**	**20点**		
【知識・理解】 ※「専門能力〈知識の獲得〉」を含む。	**30点**	**20点**		
【技能・表現・コミュニケーション】 ※「専門能力〈知識の活用〉」「チームで働く力」「前に踏み出す力」を含む。	**20点**	**20点**		
【思考・判断・創造】 ※「考え抜く力」を含む。	**30点**	**40点**		

（「人間力」について）

※以上の観点に、「こころの力」（自己の能力を最大限に発揮するとともに、「自分自身」「他者」「自然」「文化」等との望ましい関係を築き、人格の向上を目指す能力）と「職業能力」（職業観、読解力、論理的思考、表現能力など、産業界の一員となり地域・社会に貢献するために必要な能力）を加えた能力が「人間力」です。

○配点の明確でない成績評価方法における評価の実施方法と達成水準の目安	
成績評価方法	**評価の実施方法と達成水準の目安**
レポート・作品等（提出物）	A4用紙を埋めるだけの記述力がある。記述の中に授業での発見や驚きがある。自分自身の意見を持っている。
発表・その他（無形成果）	