

開講科目名 / Course	商品企画論 / Product Planning
時間割コード / Course Code	E1F20011_E1
開講所属 / Course Offered by	経済学部 / Faculty of Economics
ターム・学期 / Term・Semester	2020年度 / Academic Year 第3クォーター / 3Q
曜限 / Day, Period	月 / Mon 1
開講区分 / semester offered	後期 / the latter term
単位数 / Credits	2.0
学年 / Year	2,3,4
主担当教員 / Main Instructor	柳 到亨
科目区分 / Course Group	-
授業形態 / Lecture Form	
教室 / Classroom	
担当教員名 / Instructor (担当教員所属名 / Affiliation)	柳 到亨 (経済学部 (教員))
授業の概要・ねらい / Course Aims	<p><b>【授業概要】</b> 商品企画は、マーケティングにおける価値創造を実現する最も中核的な活動であります。しかし、現実において商品企画のプロセスやその手法についてあまり意識的な活動が行われていないことや、明確化されていないことが多く見られます。したがって、本授業では、商品企画のプロセスの学び、マーケティング理解を高めることを目指す。</p> <p>学生間、学生と教員間の相互理解を深めるために、ディスカッションやプレゼンテーションという手法を活用しながら、知識創造をはかりたい。最初の授業で班を編成します。</p> <p>なお、大学生協の電子教科書（アプリの利用）を用いて、生協より同書へのメーカーやコメントなどの個人ログデータの提供を受けるので、双方向の講義を実現できる。</p> <p><b>【授業の進め方】</b> まず、教員が授業内容の概要や目的を解説します。次に、受講生（班）による教科書内容を発表してもらおう。続いて、教科書内容について教科書内容及びプレゼンテーションについてディスカッションを行う。最後に、講義全体の議論及び教員による授業の振り返り（要約）がある。最初の授業で班を編成します（初回授業を必ず参加してください）。場合によっては、授業テーマに関連する映像をお見せします。</p> <p>なお、理論を実践的に応用する能力を高めるため、それぞれの班による教科書の前半が終わった時点でコンセプト案、教科書の後半が終わった時点で商品企画案のプレゼンテーションを行います。これらの活動を通じて、商品企画のプロセスとそのマネジメントを実際体験することができます。なお、皆さんが取り組むテーマは、追って提示します。</p>
到達目標 / Course Objectives	商品企画のプロセスを分析し、新たな課題に直面した時に、その解決を自ら導ける。とりわけ、本授業ではグループワークを通して、受講者は受講前よりも、より高いプレゼンテーション能力や、協調性及び親和性（チームで共に働く力）を修得できます。
成績評価の方法・基準 / Grading Policies/Criteria	グループワーク（プレゼンテーションおよびディスカッション）20%、個人予習レポート20%、商品コンセプト案20%、商品企画案40%によって総合評価します。
教科書 / Textbook	西川英彦・廣田章光編著『1からの商品企画』中央経済社。 双方向の授業を実施するために、和歌山大学生協にて、タブレット、パソコン上のアプリで利用できる電子版を購入すること。なお、紙版、バンドル（紙＋電子）版もあるが、講義は電子版をもとに進める。
参考書・参考文献 / Reference Book	石井淳蔵・廣田章光編著『1からのマーケティング』中央経済社。
履修上の注意・メッセージ / Notice for Students	<p>【1】本授業では自発的学びを大事にしています。なお、理論的・実践的課題を自ら導き、積極的な質疑応答の姿勢を求めます。</p> <p>【2】積極的なグループワークの参加を通じて、実践的な学びを深めていただきたい。</p> <p>【3】電子書籍を利用するため、タブレット、パソコンをご持参ください。</p>
履修する上で必要な事項 / Prerequisite	本科目を履修するためには、マーケティング論の単位を履修することができる程度の知識と能力が必要である。
履修を推奨する関連科目 / Related Courses	マーケティング論、流通システム論、マーケティング・リサーチ論、マーケティング戦略論、消費者心理学
授業時間外学修についての指示 / Instructions for studying outside class hours	<p>(1) 毎回、電子教科書を読んだ上で、個人課題に取り組み、各講義日の2日前までにTeamsに課題を提出してください。Teamsの中で、課題のページで提出ください。いかなる理由があっても、個人課題を出していなければ、当日グループワークに参加していたとしても、グループワークの点数は与えません。</p> <p>(2) プレゼンテーション課題（担当テキスト章発表）について、授業外のグループワークを行います。各講義日の2日までにTeamsのファイルというページにアップロードしてください。なお、授業計画に沿って、予習1.5時間、復習1.5時間を丁寧に行ってください。</p>

<p>その他連絡事項 / Other messages</p>	<p><b>【連絡事項】</b>  以下を読んで了承した上で履修してください。以下を読まずに履修して、後から不利益が生じて  も一切考慮いたしません。 1.この講義はMicrosoft社のTeamsを使用して行います。履修される方  は、必ず1回目の講義開始の前日までにTeamsのアプリをPCにダウンロードし、『商品企画論  2020_GRP』に参加してください。事前に担当教員が受講生を招待しますので、当日はチームの投稿  にある「今すぐ会議に参加」をクリックし、5分前までに参加してください。  2.Teamsの使用と並行して、大学生協の電子教科書(アプリの利用)を使用します。初回の授業  で、生協様より電子教科書の購買方法や電子教科書のアプリの使用方法に関する説明があります。  電子教科書の使用により、同書へのマーカーやコメントなどの個人ログデータの提供を生協様から  受けます。ご了解をお願いします。  3.所属するグループは、事前に教員が事前に編成し、共有されたファイルをご確認ください(フ  ァイル名:グループ編成)。各グループは指定されたチャンネルでグループワークを行ってください  。初回は、リーダー、書記等の役割を決めると同時に、自己紹介を行います。</p>
<p>授業理解を深める方法 / How to deepen your understanding of classes</p>	<p>双方向の授業のため、事前に案内する課題のもと、紹介する文献を読んでくること。  普遍的な正解や定型的なモデルが存在しない題材に対し、学生自ら合理的な解を導き出す学習  自主学習  体験学習  学生自らが具体的テーマや対象を設定する学習  学生自らが実施する調査やトレーニングを必要とする学習  学生による発表をともなう学習  グループワークをともなう学習</p>
<p>オフィスアワー / Office Hours</p>	<p>授業開講時: 前期火曜日 12:30 - 13:00、後期火曜日 12:30 - 13:00。 メール  アドレスはryu@wakayama-u.ac.jp</p>
<p>科目ナンバリング / Course Numbering</p>	<p>E339102GJ, E339101BJ, E339102AJ, E339102PJ</p>
<p>高等教育無償化に関する特記事項 / Special note on free higher education</p>	

