

授業科目	デザインマネジメント論					単位	2		
履 修	選択	関連資格				ナンバリング	TO31205J		
開講年次	3	開講時期	後期	該当DP	DP1-1 DP2-1 DP2-2 DP3-1 DP5-2				
担当教員	高橋 幸夫								
授業概要	近年、デザイン概念は企業経営ほか様々な領域への拡張がなされている。それに従ってデザインの定義、解釈も拡大している。本講義ではデザインを2つの視点から分析・考察する。1つ目は魅力的なデザイン・売れるデザインの開発の過程や戦略とデザインを創り上げる人材、組織という視点、2つ目はその視点を基礎とした商品企画からその商品が消費者に活用されるまでをコントロールするマネジメントとして考察し、マーケティング、ブランドに関わる重要な資源としていかに活用するかという視点である。 なお、下記「授業以外の学習方法・学生へのメッセージ」を必ず確認のうえ履修すること。								
学生が達成すべき行動目標	履修学生はこの講義を通じて以下の知識、能力の獲得を目指す。 ・デザインおよびデザインマネジメントの基本的概念を説明できる ・デザインマネジメント事例を理解できる ・デザイン開発過程・デザイン戦略などの事例を理解できる ・デザインマネジメントの方向性を考察し、自らマネジメントできる能力の獲得を目指す								
達成度評価									
評価と評価割合／ 評価方法	試験	小テスト	レポート	発表(口頭、プレゼンテーション)	レポート 外の提出物	その他	合計	備考	
総合評価割合	60	40	0	0	0	0	100		
知識・理解 (DP1-1)	20	10					30		
知識・理解 (DP1-2)									
知識・理解 (DP1-3)									
知識・理解 (DP1-4)									
思考・判断 (DP2-1)	20	20					40		
思考・判断 (DP2-2)	20						20		
関心・意欲 (DP3-1)		10					10		
関心・意欲 (DP3-2)									
態度(DP4-1)									
態度(DP4-2)									
態度 (DP4-3)									
技能・表現 (DP5-1)		10					10		
技能・表現 (DP5-2)									
技能・表現 (DP5-3)									
具体的な達成の目安									
理想的レベル				標準的なレベル					
社会・企業などのデザイン方向性を考察し、有効なデザインマネジメント提案が可能な知識の獲得				デザインマネジメントにおける基礎知識の獲得					
授業計画									
進行	テーマ・講義内容			授業の運営方法		学習課題(予習・復習)		予習・復習時間 (分)	
1	テーマ:ガイダンス			講義		該当範囲の復習		30	

	授業計画、内容、評価基準等についてガイダンスする。			
2	テーマ: デザイン及びデザインマネジメントの概念 デザイン及びデザインマネジメント概念と意義、 その役割を歴史的観点、拡張性を踏まえて学ぶ。	講義	該当範囲の復習	30
3	テーマ: デザインと戦略1 デザインによる企業の差別化戦略の有効性を製品の 性格、ライフサイクル、競争、市場の視点で学ぶ。	講義	該当範囲の復習	30
4	テーマ: デザインと戦略2 デザインによる差別化戦略を製品単位、製品ライン、 グローバルの視点で学ぶ。	講義	該当範囲の復習	30
5	テーマ: デザインとブランド1 デザインとブランドの関係、デザインとブランドと 競争力の関係を学ぶ	講義	該当範囲の復習	30
6	テーマ: デザインとブランド2 日本企業のデザインと欧州企業のデザインをブランド 構築の視点からその違いを学ぶ。	講義	該当範囲の復習	30
7	テーマ: デザインとマーケティング デザインと消費者行動論分野、あるいは企業の売れ る仕組みづくりとの関係を学ぶ。	講義	該当範囲の復習	30
8	テーマ: デザインとイノベーション デザインとイノベーション(技術革新など)の関係を学 ぶ。	講義	該当範囲の復習	30
9	テーマ: デザインと人的資源管理 デザインと組織形態の関係を学ぶ。	講義 小テスト	該当範囲の復習	30
10	テーマ: デザインと経済政策 国内デザイン政策の変遷と経済政策の関係を学ぶ。	講義	該当範囲の復習	30
11	テーマ: デザインと地域振興 1 デザインによる地域振興の実態などを学ぶ。	講義	該当範囲の復習	30
12	テーマ: デザインと地域振興2 デザインによる地域振興の実態など国内外のケース を用いてを学ぶ。	講義	該当範囲の復習	30
13	テーマ: 国内外の最新デザインマネジメント事例を学 ぶ。	講義	該当範囲の復習	90
14	テーマ: 授業のまとめ	講義	該当範囲の復習	60
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				

23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
理解に必要な予備知識や技能	経営学入門、マーケティング入門、消費者行動論、広告宣伝論、ブランド戦略論を履修済みか同時履修が望ましい。			
テキスト	市販テキストは使用しない。 毎講義に配布プリントを用いて進行する。			
参考図書・教材／データベース・雑誌等の紹介	都度紹介する。			
授業以外の学習方法・受講生へのメッセージ	・身の回りにある商品のデザインに着目する。 ・メディアなどで取り上げられる新商品紹介に着目する。 本科目は「選択科目」であり、企業・地域のデザインを活用したブランド戦略やデザインマネジメントについて「真剣」に学ぶ意欲と姿勢がある学生のみの履修を強く要請する。			
達成度評価に関するコメント	評価については第 1 回授業ガイダンスで解説する。			

