| 授業科目 | デザインマネジメント論 | | | | | 実務家教員担当科目 | - |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 単位 | 2 | 履修 | 選択 | 開講年次 | 3 | 開講時期 | 後期 |
| 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。また、デザイン概念、特にデザイン思考は<br>企業経営手法の一つとして注目・導入されている背景と要因・効果を探る。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<br>の開発の過程や戦略とデザインを創り上げる人材、組織という視点である。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。<br><br>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。 | | | | | | |
| 授業形態 | 講義 | | | 授業方法 | | | |

| 学生が達成すべき行動目標 | |
|---|---|
| 標準的レベル | 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。<br>・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<br>・デザインマネジメント事例を理解できる<br>・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<br>・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<br><br>デザインマネジメントにおける基礎知識の獲得 |
| 理想的レベル | 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 |

評価方法・評価割合

| 評価方法 | 評価割合（数値） | 備考 |
|---|---|---|
| 試験 | 60% | |
| 小テスト | 40% | |
| 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 | | |

カリキュラムマップ（該当 DP）・ナンバリング

| DP1 | ○ | DP2 | ○ | DP3 | ○ | DP4 | - | DP5 | ○ | ナンバリング | T031205J |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

| 学習課題（予習・復習） | １回の学習目安（時間） |
|---|---|
| 授業で配布された資料をもとに復習し、興味・関心や疑問点を整理しながら授業内容を把握する。 | 4 |

授業計画

| | |
|---|---|
| 第 1 回 | テーマ：ガイダンス<br>授業計画、内容、評価基準等についてガイダンスする。 |
| 第 2 回 | テーマ：デザイン及びデザインマネジメントの概念<br>デザイン及びデザインマネジメント概念と意義、<br>その役割を歴史的観点、拡張性を踏まえて学ぶ。 |
| 第 3 回 | テーマ：デザインと戦略１<br>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。 |
| 第 4 回 | テーマ：デザインと戦略２<br>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。 |
| 第 5 回 | テーマ：デザインとブランド１<br>デザインとブランドの関係、デザインとブランドと<br>競争力の関係を学ぶ |
| 第 6 回 | テーマ：デザインとブランド２<br>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。 |
| 第 7 回 | テーマ：デザインとマーケティング<br>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。 |
| 第 8 回 | テーマ：デザインとイノベーション<br>デザインとイノベーション（技術革新等）の関係を学ぶ。 |
| 第 9 回 | テーマ：デザインと人的資源管理<br>デザインと組織形態の関係を学ぶ。 |
| 第 10 回 | テーマ：デザインと経済政策<br>国内デザイン政策の変遷と経済政策の関係を学ぶ。（外部講師） |
| 第 11 回 | テーマ：デザインと地域振興１<br>デザインによる地域振興の実態などを学ぶ。<br>（外部講師） |
| 第 12 回 | テーマ：デザインと地域振興２<br>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。 |
| 第 13 回 | テーマ：国内外の最新デザインマネジメント事例を学ぶ。 |
| 第 14 回 | テーマ:まとめ<br>本授業のまとめ |
| 第 15 回 | テーマ：まとめ２<br>本授業のまとめ<br>試験 |
| テキスト | 市販テキストは使用しない。<br>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・ | 都度紹介する。 |

| | |
|---|---|
| 雑誌等の紹介 | |
| 課題に対するフィードバックの方法 | 第１回授業で指示するが、授業中の発言等によって評価する。課題に対するフィードバックは、講義の際に口頭、もしくは授業コメントシートに記入して返却するなどして実施する。 |
| 学生へのメッセージ・コメント | 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。<br><br>・身の回りにある商品のデザインに着目する。<br>・メディアなどで取り上げられる新商品紹介に着目する。<br><br>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<br>「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。 |