

マーケティング情報表現研究 (その1)

2単位 2年(後期)

Studies of Marketing Infomation (1)

石井 健二・教授 / 社会創生学科

【授業目的】多様化した情報メディアによる、マーケティング戦略について考察すると共に、人間の持っている視覚特性についても検討を行う。

【授業概要】ブレインストーミングを通じたビジュアルコミュニケーションをテーマにトータルデザインについて論じる。

【キーワード】トータルデザイン

【先行科目】『ミュージアムスタディー』(1.0)

【関連科目】『環境デザインゼミナール』(0.5)

【履修上の注意】後期開講。受講条件:ビジュアルコミュニケーションに興味のある学生を対象とする。映像デザイン表現研究, アーツ・アンド・テクノロジー論を受講することが望ましい。講義はマルチメディア B 棟 1 階講義・実習室にて行なう。

【到達目標】マーケティング戦略を身につける。

【授業計画】

1. トータルデザインをテーマに商品計画を進める。
2. 受講者による発表を中心に授業を進める
3. デザインテクニックの紹介
4. レタリング基本ストロークについて
5. オフセット印刷の基礎原理を学ぶ。
6. 新築されるデパート等のトータルデザイン
7. デパートの CI(Corporate Identity) の特色
8. 立地条件と主力商品の決定
9. ネーミングを決定する。
10. ロゴタイプを検討する。
11. グラフィック等を決定する。
12. トータルカラーを決定する。
13. マーケティング・ミックス部分からビジュアルコミュニケーションを検討する。
14. 地域社会との調和について
15. レポート提出
16. 総括授業

【成績評価】課題と期末試験及び、授業への取り組み状況などをもとに総合的に評価する。

【再試験】行わない。

【教科書】講義の中でテーマ毎に紹介する。

【参考書】授業の中で配布する。

【授業コンテンツ】 <http://cms.db.tokushima-u.ac.jp/cgi-bin/toURL?EID=219003>

【連絡先】

⇒ 石井 (マルチ B-203, 088-656-7165, ishii@ias.tokushima-u.ac.jp) MAIL (オフィスアワー: 木曜日 昼休み)

【備考】

- ◇平成 23 年度 後期開講。
- ◇平成 23 年度は、金 5・6 講時開講。
- ◇講義はマルチメディア B 棟 1 階 講義・実習室で行う。