

Studies of Marketing Information (1)

2 units 2nd-year(2nd semester)

KENJI Ishii · PROFESSOR / DEPARTMENT OF CIVIL AND ENVIRONMENTAL STUDIES

Target) 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。

Outline) ブレー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。

Keyword) トータルデザイン

Fundamental Lecture) “Museum Studies”(1.0)

Relational Lecture) “Seminar on Environmental Design”(0.5)

Notice) 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。

Goal) マーケティング戦略を身につける。

Schedule)

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

Evaluation Criteria) 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。

Re-evaluation) 行わない。

Textbook) 講義の中でテーマ毎に紹介する。

Reference) 授業の中で配布する。

Contents) <http://cms.db.tokushima-u.ac.jp/cgi-bin/toURL?EID=219003>

Contact)

⇒ Ishii (203, +81-88-656-7165, ishii@ias.tokushima-u.ac.jp) MAIL (Office Hour: 木曜日 昼休み)

Note)

- ◇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。