

科目名	デザイン研究 2							年度	2026
英語科目名	Design study 2							学期	前期
学科・学年	デザイン科 プロダクトデザイン専攻 2年次	必/選	必	時間数	30	単位数	2	種別※	講義
担当教員	袴田哲郎	教員の実務経験		有	実務経験の職種		プロダクトデザイナー		
【科目の目的】 デザインプロセス、マーケットリサーチ、ペルソナ手法などデザイナーに不可欠な知識を身につける。									
【科目の概要】 授業テーマに沿って解説を行う。各授業内で個人もしくはグループでワークに取り組み、それぞれの考察を発表、意見交換をする。									
【到達目標】 プロダクトデザイナーとしての仕事の進め方、調査方法を学び、自ら多角的に考察し客観的判断ができるようになる。マーケットニーズに即したデザイン表現ができるようになることを目標としている。									
【授業の注意点】 授業時限数の4分の3以上出席しない者は課題提出と評価をうけることができない。									
評価基準＝ルーブリック									
ルーブリック 評価	レベル5 優れている			レベル3 ふつう				レベル1 要努力	
到達目標 A	プロダクトデザインの現場に必要な考え方やスキルを十分に理解しており、応用できる			プロダクトデザインの現場に必要な考え方やスキルを理解しており、ある程度実践できる				プロダクトデザインの現場に必要な考え方やスキルを理解していない	
到達目標 B	プロダクトデザインの基礎知識やデザインの考え方を深く理解している			プロダクトデザインの基礎知識やデザインの考え方をある程度身につけている				プロダクトデザインの基礎知識やデザインの考え方が理解できていない。	
到達目標 C	主体的に授業参加し、プロダクトについて丁寧に説明できる			プロダクトについて言語化して説明することができる				プロダクトについて言語化して説明することができない	
到達目標 D									
到達目標 E									
【教科書】 「プロダクトデザインの基礎」									
【参考資料】									
【成績の評価方法・評価基準】 最終テストにて80%評価 平常点20% 積極的な授業参加と授業態度によって評価									
※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。									

科目名		デザイン研究2			年度	2026
英語表記		Design study 2			学期	前期
回数	授業テーマ	各授業の目的	授業内容	到達目標＝修得するスキル	評価方法	自己評価
1	オリエンテーション	デザインプロセスの概要	1 ガイダンス	授業の流れを理解する	2	
			2 「売れるデザインは良いデザイン」なのか？先人の思想を学ぶ	売れるデザイン＝良いデザインではないことを理解する		
2	プロダクトデザインとビジネス1	デザインマネジメントと社会的法律、知識について	1 「デザインマネジメント」	「デザインマネジメント」について理解する	2	
			2 「ブランド」	「ブランド」について概略を理解する		
			3 「知的財産権」「コンプライアンス」「就業形態」	「知的財産権」「コンプライアンス」「就業形態」について理解		
3	プロダクトデザインとビジネス2	ブランドとユーザーセントードデザインについて	1 「ブランド」について	「ブランド」についてディスカッションし深く理解する	2	
			2 「デザインプロセスの概要」について	「デザインプロセスの概要」について理解する		
			3 「ユーザーセントードデザイン」について	「ユーザーセントードデザイン」について理解する		
4	デザインプロセス	戦略、企画、開発、デザインフォローについて	1 「デザイン戦略」「デザイン企画」「デザイン開発」「デザインフォロー」	デザイン戦略とデザイン企画の概要を理解する	2	
			2 「デザイン開発」	デザイン開発の概要を理解する		
			3 「デザインフォロー」	デザインフォローの概要を理解する		
5	ユーザー調査のための手法1□	デザインにおける調査の重要性を学ぶ	1 「アンケート調査」	「アンケート調査」概要を理解する	2	
			2 「インタビュー調査」	「インタビュー調査」概要を理解する		
6	ユーザー調査のための手法2	概要説明 アンケート調査について インタビュー調査について	1 「観察法」	観察法概要を理解する	2	
			2 「フィールド調査」	フィールド調査概要を理解する		
			3 「マーケティング概要」「マーケティングプロセス」	マーケティング概要およびマーケティングプロセス概要を理解する		
7	マーケット調査	各班ごと調査開始	1 「食品」をテーマに各班ごとに課題を選定	「食品」をテーマに各班ごとに課題を選定する	2	
8	マーケット調査	各班の内容を決定、発表□	1 調査テーマ発表	各班の決定したテーマについて発表する	2	
			2 調査実施	学外にてフィールド調査を実施する		
9	インタビュー調査	インタビュー調査準備□	1 商品企画の質問内容策定	仮の商品企画を立て聞き出す内容をまとめる事が出来る。	2	
10	ユーザーインタビュー1	調査側と被験者側に分かれ、実際にグループインタビューを実施する。	1 グループインタビューを実施	調査側と被験者側に分かれ、実際にグループインタビューを実施する。	2	
11	ユーザーインタビュー2	調査側と被験者側に分かれ、実際にグループインタビューを実施する。	1 グループインタビューを実施	調査側と被験者側に分かれ、実際にグループインタビューを実施する。	2	
12	商品企画書総括	調査結果を基に商品企画書まとめる	1 商品企画書を作成	インタビュー調査で得た結果をもとに商品企画書を作成する。	2	
13	パッケージデザイン	商品企画書をもとに具体的なパッケージ等をデザインする。	1 商品企画書をもとにパッケージをデザイン	商品企画書をもとに具体的なパッケージ等をデザインする。	2	
14	プロモーションデザイン	商品企画書に従い、パブリシティー案を制作する。	1 商品企画書をもとにパブリシティー案制作	商品企画書に従い、パブリシティー案を制作する。	2	
15	プレゼンテーション	プレゼンテーション	1 プレゼンテーション	広報宣伝活動的なプレゼンテーションを行うことが出来る	2	

評価方法：1. 小テスト、2. パフォーマンス評価、3. その他

自己評価：S：とてもよくできた、A：よくできた、B：できた、C：少しできなかった、D：まったくできなかった

備考等