

マーケティング情報表現研究 (その2)

2単位 3年(後期)

Studies of Marketing Information(2)

石井 健二・教授 / 社会創生学科

【授業目的】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】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: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. 店舗計画のトータルデザインを考える。
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基本として用具の取り扱いについて説明する。
4. オリジナルなレタリングの作成方法について
5. 印刷の基礎原理を学び、平版と凸版について作例を作成する。
6. 店舗のトータルデザインを考える。
7. 店舗の CI(Corporate Identity) の特色
8. 立地条件と主力商品を考える。
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. トータルカラー等を決定する。
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考える。
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。

【授業コンテンツ】 <http://cms.db.tokushima-u.ac.jp/cgi-bin/toURL?EID=219004>

【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 24 年度 後期開講。
- ◇平成 24 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・実習室にて行う。