

Studies of Marketing Information(2)

2 units 3rd-year(2nd semester)

KENJI Ishii · PROFESSOR / DEPARTMENT OF CIVIL AND ENVIRONMENTAL STUDIES

Target) 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) 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: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. 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

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。

Contents) <http://cms.db.tokushima-u.ac.jp/cgi-bin/toURL?EID=219004>

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 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。