

		クリステンセンが主張する「破壊的イノベーション」の事例の説明を理解しながら、この現象のメカニズムを把握していく。		
第5回	事例特性に関するグループ議論 第4回までに取り上げたイノベーションを中心に具体的な事例を挙げ、どのような現象が起こったかを、ステークホルダー、産業特性、製品特性などの様々な視点からグループ単位で議論を行い、総括的に理解していく。第5回では、事例の特性の把握を中心として議論する。		—	対面
第6回	産業特性、製品特性に関するグループ議論 第5回に引き続きグループ議論を行う。第6回では、産業特性、製品特性の理解を中心に議論し、プレゼンテーションができるようにまとめていく。		—	対面
第7回	プレゼンテーション (1) グループ議論を通して理解した内容をグループ単位で発表する。		—	対面
第8回	オープンイノベーション 一つの企業や組織の中だけで起こしていくイノベーションではなく、業界全体など広く情報を共有することによるイノベーションの現象を事例を通して理解していく。		有	対面
第9回	内部要素の不確定要因 実際に製品やサービスを創出するときに直面する不確定性について学んでいく。第9回は、その中で、作り手が直接操作していく対象である内部要素について、どのような不確定性が潜んでいるかを考え、その対応についての可能性を考察していく。		有	対面
第10回	外的環境の不確定要因 作り手が直接関与することのない製品やサービス創造の外的な環境に存在する不確定要因を取り上げ、対処すべき方向性を考えていく。		有	対面
第11回	イノベーションの方向性 近年、グローバル化や基盤技術の飛躍的發展により、イノベーションの可能性が広がっているが、それらの事例を解説し、イノベーションという現象を総括的に理解する。		有	対面
第12回	内部要因の不確定要素についてのグループ議論 既存の組織の中にイノベーション推進チームを計画することを課題として議論を行っていく。第12回では、内部要素の不確定要因を議論する。		—	対面
第13回	外的環境の不確定要素についてのグループ議論 イノベーション推進チームの課題について、外的環境の不確定要素を中心にグループ議論をする。		—	対面
第14回	イノベーションの方向性についてのグループ議論 イノベーションの方向性を念頭にイノベーションを総括的に議論しながら、イノベーション推進チームを創生するための課題を整理していく。		—	対面
第15回	プレゼンテーション (2) グループ議論に基づき、既存の組織の中にイノベーション推進チームを計画することのできる可能性や方向性についてまとめ、発表する。		—	対面
試験	ペーパー試験は実施しない。(評価は、各回の個人レポートと、グループワーク、グループプレゼンテーションによるものとする。)		—	対面
成績評価	各講義の時間内に、講義内のポイントについて課題が出され、それを小レポートにまとめて提出する。(60%) 第7回と第15回にグループ単位でプレゼンテーションを行う。グループワークの成果とプレゼンテーションで評価を行う(40%)			
教科書・教材	吉田敏編著、『技術経営 —MOTの体系と実践—』、理工図書、2012年。			
参考図書	Joe Tidd 他著、『イノベーションの経営学』、NTT出版、2004年。 丹羽清 著、『技術経営論』、東京大学出版会、2006年。 前田正史、吉田敏 他共著、『Beyond Innovation 「イノベーションの議論」を超えて』、丸善プラネット株式会社、2009年。 藤本隆宏、野城智也、安藤正雄、吉田敏、『建築ものづくり論 Architecture as "Architecture"』、有斐閣、2015年			
獲得可能なコンピテンシー		獲得可能度合 (◎ ○ △ -)	獲得可能な内容	
メ タ	コミュニケーション	○	グループ議論を通じたコミュニケーション能力	
	継続的学修・研究	◎	組織を捉える論理的視点を	
	チーム活動	○	グループによる議論とプレゼンテーションに関する能力	
コ ア	発想力	◎	ものづくりの立場からの発想力	
	表現力	△		
	設計力	△		
	開発力	○	技術の変化を前提とした開発力	
	分析力	◎	技術基盤のものづくりに関する分析力	

専攻名	創造技術専攻	必修・選択	選択	単位	2	学期	3Q
科目群	創造技術基礎科目群	科目名	人間中心デザイン特論			教員名	池本 浩幸
		(英文表記)	Human Centered Design				

概要	<p>人間中心デザインは、使う人にとって魅力的で使いやすい製品やサービスをデザインするために不可欠な方法論である。特に社会のニーズが複雑化した現在では、デザイナー自身の感覚だけに頼ったデザインは受け入れられない可能性が高くなる。</p> <p>本講義では、基礎となる人間中心デザインの考え方を学ぶとともに、体験(UX:ユーザーエクスペリエンス)を重視したデザイン開発プロセスとその代表的な手法の修得を目標とする。まず、人間中心デザインの基本を学習した後、将来ビジョンを構想する未来洞察、体験価値に着目して顧客ニーズを共感的に理解するカスタマリサーチの方法を修得する。次に、顧客の体験価値を最大化するためのアイデア発想とシナリオ開発およびストーリーテリングの手法を修得する。さらに、製品がユーザにとって使いやすいものであるかを評価するためのユーザビリティ評価法を修得する。</p>						
目的・狙い	<p>本講義の目的は、主にプロダクトやソフトウェア、及びサービスなどをデザインする際に、人間中心デザインの考え方を活かして、プロセスの設定と適切な手法の選択ができるようになることである。</p> <p>近年、注目されている UX(User eXperience)デザインは、人間中心デザインを基盤としており、プロセスの各段階において必要な活動や有用な手法が整備されつつある。その方法論を演習を通して体系的に習得することにより、学習者は以下の知識・能力を獲得できる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人間中心デザインの概念とプロセス</li> <li>・デザイン機会を得るためのビジョン構想の方法</li> <li>・体験価値に着目したカスタマリサーチの方法</li> <li>・顧客の体験価値を高めるためのデザイン開発手法</li> <li>・ユーザビリティ評価の実践的な方法</li> <li>・デザインドリブンなサービスイノベーションに取り組むための着眼点</li> </ul>						
前提知識 (履修条件)	デザインシステム計画特論、コミュニケーションデザイン特論を履修していることが望ましいが、必須ではない。						
到達目標	上位到達目標						
	人間中心デザイン・UX デザインの考え方を理解し、デザインに目的に応じたデザイン開発プロジェクトを企画することができ、基本的な手法を実践できる。						
	最低到達目標						
	人間中心デザイン・UX デザインの考え方を理解し、基本的な手法の目的や位置づけ、実施概要を説明できる。						
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点			
	録画・対面混合授業		○	祝日を除く月曜日は対面授業を行うが演習をしない講義のみとし、次の木曜日で講義内容に基づく演習を行う。木曜日の演習前までに月曜日の授業録画を受講し、必要に応じて簡易レポートを期日までに提出していれば、必ずしも月曜日の対面授業に出席する必要はない。			
	対面授業	講義(双方向)	○	講義の途中に適宜ビデオ映像などを取り入れ、議論を行う			
		実習・演習(個人)	○	人間中心デザインの様々な技法を各自で演習する			
		実習・演習(グループ)	○	人間中心デザインの様々な技法を少数のグループで演習する			
	サテライト開講授業		○	指定した回のみサテライトで受講することができる			
その他		—					
授業外の学習	<p>各回に講義内で実施する演習結果について、定められたレポート形式に結果を分析し取りまとめる。</p> <p>また演習を行わない回には、簡易レポートを出題する。簡易レポートは、身の回りのモノをユーザの立場、デザイナーの立場の双方から分析する課題など、授業で学んだ視点を活かして実施してほしい。</p>						
授業の内容	<p>前半では、人間中心デザインの基本、および、将来ビジョンを構想する未来洞察、顧客ニーズを共感的に理解するカスタマリサーチの方法(共感マップ、ペルソナ、カスタマージャーニーマップ等)を学ぶ。</p> <p>後半では、体験価値を最大化するためのアイデア発想法、シナリオ手法、ストーリーテリング、および、ユーザビリティ評価法を学ぶ。</p>						
授業の計画	回数	内容				サテライト開講	対面/録画
	第1回	オリエンテーションと人間中心デザインの基本 講義の狙いと概要を説明し、人間中心デザインの概念とそのプロセスを学ぶ。				有	録画
	第2回	ユーザーエクスペリエンスデザイン 体験価値(UX)が重視される背景と UX デザインの全体像を理解する。				有	録画
	第3回	未来洞察と演習 トレンドから未来ビジョンを描く未来洞察の手法を理解し、ビジョンを構想するグループ演習を行う。				—	対面

	第4回	グループ演習：体験価値に着目した課題抽出 身近なテーマを題材に体験価値の視点から課題を抽出し、それを解決するための方法を議論するグループ演習を行う。	—	対面
	第5回	顧客ニーズの理解の方法論 顧客コンテキストを共感的に理解する方法とカスタマリサーチの方法を学ぶ。	有	録画
	第6回	演習：共感マップ&ペルソナ&CJM 身近なテーマを題材に各種手法を用いて、顧客コンテキストを可視化するグループ演習を行う。	—	対面
	第7回	KA法と価値マップ 顧客ニーズに基づき新たな価値定義を行う方法の1つとしてKA法から価値マップを得るための方法を学ぶ。	有	録画
	第8回	演習：KA法と価値マップ グループ演習としてKA法を実践し、身近なテーマを題材に価値マップによる新たな価値定義を行う。	—	対面
	第9回	顧客価値創出の方法論 デザイン機会を見だし、デザインコンセプトを立案するまでのデザイン方法論を学ぶ。	有	録画
	第10回	アイディエーションと発想法 強制発想法など、uxデザインに有用な各種発想法とアイデアを可視化する方法を学ぶ。	有	録画
	第11回	演習：アイディエーション&ストーリーボード 5分間スケッチ等の強制発想法を用いたアイディエーションとストーリーボードでアイデアを可視化するグループ演習を行う。	—	対面
	第12回	構造化シナリオ法とストーリーテリング デザインシナリオを段階的に詳細化する手順を学び、新しい体験をスケッチして関係者の理解を得る方法を学ぶ。	有	録画
	第13回	演習：シナリオ法とストーリーテリング 身近なテーマを題材にデザインシナリオの詳細化してストーリーテリングするグループ演習を行う。	—	対面
	第14回	ユーザビリティ評価 ヒューリスティック評価法など各種のユーザビリティ評価技法を学び、利用者のメンタルモデルに関する知識を得る。	有	録画
	第15回	演習：ユーザビリティ評価 身近なテーマを題材に実際にユーザビリティ評価をするグループ演習を行う。	—	対面
	試験	理解度テスト（最終試験）	—	対面
成績評価	次の3つのポイントで評価する（合計100点満点） 1. 講義への参加と理解（「簡易レポート」） 20点（各5点×4回） 2. 演習への参加と理解（「演習レポート」） 35点（各5点×7回） 3. 理解度テスト（最終試験により評価する） 45点			
教科書・教材	各回講義の際にテキストや資料などを配付する。			
参考図書	黒須正明著『人間中心設計の基礎』、近代科学社、2013、¥3800			
獲得可能なコンピテンシー		獲得可能度合 (◎ ○ △ -)	獲得可能な内容	
メ タ	コミュニケーション	○	リサーチや共同作業を通じて相手と対話する能力養う	
	継続的学修・研究	○	講義で得た知識を身の回りの製品等の分析する課題を通して得られる視点	
	チーム活動	○	少数のグループで協力しあい、調査や分析を行うことで得られる能力	
コ ア	発想力	◎	ユーザ調査結果から製品アイデアを発想するプロセスの理解とスキル	
	表現力	○	デザインの価値を他者に理解してもらえるようアイデアやシナリオを適切な表現で可視化するスキル	
	設計力	○	調査結果等から製品仕様に繋がるユーザ要件を明らかにするスキル	
	開発力	—		
	分析力	◎	現場のユーザの行為や価値観を把握し、分析するスキル	

専攻名	創造技術専攻	必修・選択	選択	単位	2	学期	1Q
科目群	創造技術基礎科目群	科目名	デザインマネジメント特論		教員名	小山 登	
		(英文表記)	Design Management				

概要	<p>本講義では、製品開発の源流からマーケティング、生産、顧客との接点までのプロセスに於けるデザインの役割、企業内組織とデザイン開発プロセスのあり方、デザインの意思決定のメカニズムやその評価方法に至るまで、多くの企業事例を採り上げながらデザインマネジメントに関わる学習を行う。ケーススタディや最新事例の収集・分析については、国内だけでなくとどまらず海外企業にも対象を広げ研究の高度化を図ると共に、国際的知識の修得や国際センスの涵養を目指す。</p>							
目的・狙い	<p>この授業では、主として企業におけるデザインマネジメントの専門的な知識を体系的に修得し、基本的なマネジメントスキルを身につけることを目的とする。さらに、より高度なデザインマネジメントについての思想や方法論についての専門知識を国内外のケーススタディを通じて修得できる。具体的には、学習者はこの講義を通じて以下の知識や・能力を習得できる。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.デザイン戦略： 企業経営やデザインマネジメントに関する基本知識の修得</li> <li>2.デザイン開発： デザインの専門知識と各種デザイン手法をベースにしたデザイン開発力</li> <li>3.デザイン評価： デザインの意思決定の為のデザイン評価手法など</li> <li>4.デザイン管理： デザインマネジメントの実務全般に関する基本的スキルの習得</li> </ol>							
前提知識 (履修条件)	<p>デザインとデザインマネジメントに関心を持ち、知識を旺盛に吸収する意欲と、社会に於けるデザイン関連事項に敏感に反応して知識として身につけておくこと。</p>							
到達目標	<p>上位到達目標</p> <p>商品のデビュー戦略、ブランド戦略等について、デザインマネジメントの立場から策定し、戦略企画書を作成できるようになり、その基本的運営が出来るようになる。 デザイン開発におけるアシスタントチーフデザイナー的なプロジェクト管理ができるようになる。</p>							
	<p>最低到達目標</p> <p>比較的容易な製品デザイン開発案件について、構想段階からアウトプットまでのプロセス、リソース配分計画を含むプロジェクト企画書が作成できるようになり、その基本的運営が出来るようになる。 デザイン開発における実務デザイナー的なプロジェクト管理ができるようになる。</p>							
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点				
	録画・対面混合授業		○					
	対面 授業	講義（双方向）		○	双方向、多方向に行われる討論や質疑応答			
		実習・演習（個人）		○	個人単位課題への取り組み			
		実習・演習（グループ）		○	ケーススタディとしてグループで実務演習実施			
	サテライト開講授業		—					
その他		—						
授業外の学習	<p>各回の授業だけでは不足する部分を補うよう、演習の進捗に合わせ自学自習すること。</p>							
授業の内容	<p>講義は毎回配布する資料を使用して行う。資料はデザイン開発のマネジメント実務に基づき、第1回から第16回まで連続したものである。対面授業では毎回授業の終りに重要なポイントを記述させる講義レポートを実施する。一方、録画授業では毎回授業の途中で重要なポイントを記述させる講義レポートを配布し終了後提出させる。</p>							
授業の計画	回数	内容				サテライト 開講	対面/録画	
	第1回	<p>講義概説： 第1回目の内容として「デザインとは」「デザインマネジメントとは」等デザインマネジメントの定義とデザインプロセスについての基礎知識を学習する。</p>				—	対面	
	第2回	<p>近代デザイン開発史及びデザインマネジメント史概説： 経営学的観点から見たデザインマネジメントを、古代～中世ルネサンス～近代ヨーロッパ～現代日欧米にいたるまで歴史的に学ぶ。</p>				—	対面	
	第3回	<p>企業経営に於けるデザインの役割とデザイナーの能力： 日本の代表的な企業に於けるデザインの位置づけとその役割や拡大するデザイナーの領域・能力についても体系的に学習する。</p>				—	録画 (対面無し)	