

授業科目	ブランド戦略論				単位	2		
履 修	選択	関連資格			ナンバリング	TO31204J		
開講年次	3	開講時期	後期	該当DP	DP1-1 DP3-1			
担当教員	高橋 幸夫							
授業概要	<p>【実務家教員担当科目】</p> <p>本科目は広告会社で自動車メーカーはじめ国内外企業のブランド構築実務に携わった経験を活かした実務家教員による授業である。ブランドは企業活動のみならず、地域振興においても高い注目を集めているテーマである。それゆえブランド をめぐって多くの用語と考え方が現在までに生み出されているが、本講義ではそれらを身近な事例を用いてわかりやすく 解説する。具体的にはブランドとはなにか、いかなる機能や役割があるのか、ブランドをいかに管理していくのか、といった点を事例を多く取り上げ理解を深めていく。なお、下記「授業以外の学習方法・学生へのメッセージ」を必ず確認のうえ履修すること。</p>							
学生が達成すべき行動目標	<p>1. ブランドの基礎について理解を深めることができる。</p> <p>2. ブランド戦略の視点で企業のマーケティング活動を理解することができる。</p>							
達成度評価								
評価と評価割合／ 評価方法	試験	小テスト	レポート	発表(口頭、プレゼンテーション)	レポート外の提出物	その他	合計	備考
総合評価割合	60	0	40	0	0	0	100	
知識・理解 (DP1-1)	40		20				60	
知識・理解 (DP1-2)								
知識・理解 (DP1-3)								
知識・理解 (DP1-4)								
思考・判断 (DP2-1)								
思考・判断 (DP2-2)								
関心・意欲 (DP3-1)	20		20				40	
関心・意欲 (DP3-2)								
態度(DP4-1)								
態度(DP4-2)								
態度 (DP4-3)								
技能・表現 (DP5-1)								
技能・表現 (DP5-2)								
技能・表現 (DP5-3)								
具体的な達成の目安								
理想的レベル				標準的なレベル				
ブランド戦略の基本知識を理解し応用力を身につけている。				ブランド戦略の基本知識を身につけている。				
授業計画								
進行	テーマ・講義内容			授業の運営方法		学習課題(予習・復習)		予習・復習時間(分)
1	テーマ:ガイダンス 授業計画、内容、評価基準を解説する。			講義		授業概要の把握		60

2	テーマ:ブランドとは何か ブランドとマーケティング活動の関係について理解する。	講義	該当部分の把握	60
3	テーマ:ブランドの構成要素 ブランドを構成する要素について事例を用いて理解する。	講義	該当部分の把握	60
4	テーマ:ブランドの機能 マーケティング活動におけるブランドの機能について事例を用いて理解する。	講義	該当部分の把握	60
5	テーマ:ブランドの役割 マーケティング活動におけるブランドの役割について事例を用いて理解する。	講義	該当部分の把握	60
6	テーマ:ブランド戦略1 マーケティング活動におけるブランド戦略についての基本的考えを事例を用いて理解する。	講義	該当部分の把握	60
7	テーマ:ブランド戦略2 グローバル企業のマーケティング活動におけるブランドの機能について事例を用いて理解する。	講義	該当部分の把握	60
8	テーマ:ブランドエクイティ1 ブランド論の重要な概念であるブランドエクイティの構成次元である①ブランドロイヤルティ②ブランド認知③知覚品質(品質イメージ)、ブランド連想⑤その他ブランド資産について理解する。	講義	該当部分の把握	60
9	テーマ:ブランドエクイティ2 ブランド連想のタイプについて理解する。	講義	該当部分の把握	60
10	テーマ:ブランドの新たな動向1 地域振興とブランド戦略について理解する。	講義	該当部分の把握	60
11	テーマ:ブランドの新たな動向2 ブランドコミュニティについて理解する。	講義	該当部分の把握	60
12	テーマ:ブランドの新たな動向3 SNSとブランド戦略について理解する。	講義	該当部分の把握	60
13	テーマ:ブランドケーススタディ 最新の国内外ブランド戦略事情を事例を通して理解する。	講義	該当部分の把握	60
14	テーマ:まとめ 本授業のまとめを行う。	講義	該当部分の把握	60
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				

23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
理解に必要な予備知識や技能	マーケティング関連科目(マーケティング入門、消費者行動論、広告宣伝論)を履修していること、また、デザインマネジメント論との同時履修が望ましい。			
テキスト	指定しない:プリント配布			
参考図書・教材／データベース・雑誌等の紹介	都度紹介する。			
授業以外の学習方法・受講生へのメッセージ	日常自分たちが使用している商品、サービスをブランドの視点を通じて考察してみることをすすめる。本科目は実務家教員科目であり、企業、地域のブランド戦略について「真剣」に学ぶ意欲と姿勢がある学生のための履修を強く要請する。			
達成度評価に関するコメント	第1回授業ガイダンスで解説する。			

