

開講期間	配当年	単位数	科目必選区分
半期	3 年	2	選択
担当教員			
大井 宗太郎			
B（経営学科）	S（専門科目）	MK（マーケティング）	301（上級科目）

授業のねらい（概要）	本授業では、「ブランドとは何か」「ブランドマネジメント戦略」「ブランドの基本戦略」「ブランドの採用戦略」「小売業のブランド戦略」「ブランドエクイティ」「ブランドロイヤリティ」「グローバルブランド戦略」「ブランドと法律」などブランドビジネスに必須なマーケティング理論について学びます。普段使いの身近なブランドから地域ブランド、ファッションブランド、ラグジュアリーブランドにも言及していきます。		
授業計画	第1回	オリエンテーション ブランド概念の共有 ブランドアンケートで身近なブランドの確認 授業内容の説明とテキストの内容確認 予習（時間）：テキストの目次に目を通し、テキストの概要を確認し、興味を持った項目を読む（120分） 復習（時間）：宿題（自分の考えるブランドの意味をレポートにまとめる）（120分）	
	第2回	ブランドとは 「ブランド」の概念、機能など定義について考察する 予習（時間）：テキストのP10～17を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：ブランドの概念、ブランドの機能について、例を上げて説明できるようにする（120分）	
	第3回	ブランド戦略 ブランドと消費者、企業のブランド戦略を学ぶ 予習（時間）：テキストのP18～31を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：ブランドと消費者、企業のブランド戦略について、例を上げて説明できるようにする（120分）	
	第4回	ブランドマネジメント 4Pから4Cへ、新製品開発のプロセス、先発・後発の優位性について学ぶ 予習（時間）：テキストのP34～59を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：ブランドマネジメント戦略について、例を上げて説明できるようにする（120分）	
	第5回	ブランドの基本戦略 ブランドアイデンティティ、リブランディングについて学ぶ 予習（時間）：テキストのP62～81を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：ブランドの基本戦略の全体像について、例を上げて説明できるようにする（120分）	
	第6回	ブランド採用戦略 ファミリー・ブランド戦略について学ぶ 予習（時間）：テキストのP84～103を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：ブランド採用戦略について、例を上げて説明できるようにする（120分）	
	第7回	小売業のブランド戦略 PBとNBについて学ぶ 予習（時間）：テキストのP106～125を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：小売業のブランド戦略について、例を上げて説明できるようにする（120分）	
	第8回	ブランドエクイティとは ブランドエクイティについて学ぶ 予習（時間）：テキストのP128～133を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：ブランドエクイティについて、例を上げて説明できるようにする（120分）	
	第9回	ブランド価値 ブランド価値の構成要素、ブランド価値の測定、ブランド価値の変遷について学ぶ 予習（時間）：テキストのP134～153を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：ブランド価値の構成要素について、例を上げて説明できるようにする（120分）	
	第10回	ブランドロイヤリティとは ブランドロイヤリティについて学ぶ 予習（時間）：テキストのP156～179を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：ブランドロイヤリティについて、例を上げて説明できるようにする（120分）	
	第11回	地域ブランド戦略 地域ブランドについて学ぶ 予習（時間）：テキストのP182～199を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：地域ブランドについて、例を上げて説明できるようにする（120分）	
	第12回	JAPANブランド JAPANブランドについて学ぶ	

	予習（時間）：テキストのP200～203を読み、内容を理解し、JAPANブランドの事例を調べる（120分） 復習（時間）：JAPANブランドについて、例を上げて説明できるようにする（120分） グローバルブランド戦略（定義） 基本的なグローバルブランドの知識について学ぶ 予習（時間）：テキストのP206～211を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：グローバルブランド戦略について、例を上げて説明できるようにする（120分） グローバルブランド戦略（海外企業と日本企業の違い） 海外のグローバルブランドと日本のグローバルブランドの戦略の違いを学ぶ 予習（時間）：テキストのP212～219を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：欧米と日本のグローバルブランドの戦略の違いについて、例を上げて説明できるようにする（120分） ブランドと法律 商標法、景表法などについて学ぶ 予習（時間）：テキストのP222～235を読み、内容を理解し、疑問点を明確にしておく（120分） 復習（時間）：商標法、景表法について、例を上げて説明できるようにする（120分）
授業を通して身に付けることができる能力（DP）	DP（商学部）の2項目を意識した科目となっている。 1. 情報の収集、分析を行い、進んで課題解決に臨む姿勢 2. 専門的分野の学びを実務や社会で応用できる能力 DP（経営学科）の2項目を意識した科目となっている。 1. 経営学の専門的知識を持ち、組織全体を見渡す能力 2. 経営資源（ヒト・モノ・カネ、情報）を多面的に理解し、活用できる能力
到達目標	マーケティングにおけるブランド及びブランディングについて学ぶ。「ブランドとは何か」を理解するためにブランドの基本、ブランディングに必須な様々な戦略を学び、身近なブランド（PBからラグジュアリーまで）を見つめなおし、今日におけるブランドビジネスの全体像を知ること为目标とします。
課題や小テスト等のフィードバックの方法	提出された課題等は都度、講師が確認の上、修正点を記入して返却、または口頭にてフィードバックします。
履修上の注意	マーケティングの基礎知識があることが望ましいですが、基礎知識がなくても噛み砕いて解説します。また、身近なブランドについての課題を出しますので、学外でも常にブランドに関心を持つ姿勢が必要です。
成績評価の方法・基準	①授業内で行う課題や宿題30% ②期末テスト60% ③学修意欲10%（授業中の発言、態度、積極性等）
教科書	書名：ブランド・マーケティング 著者名：山口正浩・木下安司 出版社：同文館出版 価格：1800円＋税
参考書・教材	【教材】必要に応じてプリントを配布します。
備考	講義科目／実務家教員による授業
教員との連絡方法	①メール ②オフィスアワー ③その他 連絡先は、授業時に伝えます。