

愛知東邦大学 シラバス

開講年度(Year)	2024年度	開講期(Semester)	前期
授業科目名(Course name)	ブランド構築論		
担当者(Instructors)	上條 憲二	配当年次(Dividend year)	2
単位数(Credits)	2	必修・選択(Required / selection)	選択

■授業の目的と概要(Course purpose/outline)

ブランドとは何か。単なる高級品(いわゆるブランド品)ではない。広告などのイメージでもない。ブランドは企業経営にとって、人、モノ、金、情報に次ぐ第5の資源である。ブランドに力がある企業、団体は、将来にわたり安定的な成長を見込むことができる。授業では、ブランド戦略にとどまらず、企業活動においてブランド戦略がマーケティング戦略、プロモーション戦略などどのように関連するかなどを分かりやすく説明する。また、様々な分野のブランドを分析し、確固たるブランドになるためにはどんな要素が必要か、何をしなくてはならないかを考える。講義は、上條憲二、原京二の実務教員二人体制で進める。上條は広告会社、ブランドコンサルティング会社の勤務経験があり、原はテレビ局勤務経験を有する。

■授業形態・授業の方法(Class form)

授業形態(Class form)	講義
授業の方法(Class method)	毎回前回講義の復習を行ったのち、当日のテーマについて説明する。スライド、動画などを用いる。

■各回のテーマとその内容(Each theme and its contents)

回数(Num)	テーマ(Theme)	内容(Contents)	メディア区分(Media)
第1回	ブリーフィング。これから何を学ぶか。	講義のルール説明。講師紹介。	<input type="checkbox"/>
第2回	ブランドとは何か。	ブランドについての基礎知識。ブランド価値とブランディングについて。	<input type="checkbox"/>
第3回	ブランド戦略とマーケティング戦略	企業のマーケティング活動とブランディング活動	<input type="checkbox"/>
第4回	ブランドとプロモーション活動(広告コミュニケーション活動)	ブランドコミュニケーションと広告・販促活動の違いについて。	<input type="checkbox"/>
第5回	ブランド体系とは何か。	ブランド価値を高めるためのブランド体系の整備。	<input type="checkbox"/>
第6回	ブランディングケーススタディ	ブランディング成功事例に学ぶ。	<input type="checkbox"/>
第7回	ブランディングの進め方 その1	ブランディング立案方法。ブランディングのきっかけと環境分析	<input type="checkbox"/>
第8回	ブランディングの進め方 その2	ブランドプラットフォームの策定方法。	<input type="checkbox"/>
第9回	ブランディングの進め方 その3	ブランド表現のルールと進め方。	<input type="checkbox"/>
第10回	ブランド価値評価の仕組み	ブランド価値はどのようにして求めることができるか。	<input type="checkbox"/>
第11回	成熟ブランドの活性化	リブランディングの実践に学ぶ。	<input type="checkbox"/>
第12回	ブランディングケーススタディ	ブランディングの成功事例に学ぶ。	<input type="checkbox"/>
第13回	クレドとは何か。	ブランドの行動を規定するクレドのあり方。	<input type="checkbox"/>
第14回	SDGsを活用したブランド	SDGsを活用した最新のブランド戦略について学ぶ	<input type="checkbox"/>
第15回	まとめ	総括&これからのブランド戦略	<input type="checkbox"/>

■授業時間外学習(予習・復習)の内容(Preparation/review details)

・講義の後、復習を1時間行う。・自分の興味があるブランドを設定し、そのブランドの活動を研究する。・特に、そのブランドがどのようなコミュニケーション活動を行なっているか研究する。・週に1回3時間、その研究課程をPCを用いて記録する。

■課題とフィードバックの方法(Assignments/feedback)

レポートは講評、採点しフィードバックする。

■授業の到達目標と評価基準(Course goals)

区分(Division)	DP区分(DP division)	内容(DP contents)
思考力・判断力・表現力	◆ 2021地域ビジネスDP2	企業・団体・組織におけるブランディングについて専門的な知識を有し、ブランド戦略について自身の考えを他者に分かりやすく説明することができる。

■成績評価(Evaluation method)				
筆記試験(Written exam)	実技試験(Practical exam)	レポート試験(Report exam)	授業内試験 (in-class exam)	その他(Other)
			60%	40%
授業内試験等(具体的内容)(Specific contents)				
企業のブランド戦略を調べ、その特徴について論ずる課題を課す。毎回必ず一定の条件(文字数など)のもとで「課題」もしくは「質問」を提示する。それらの課題、質問に対する回答をもって、「出席」認定する。				

■テキスト(Textbooks)		
No. (No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	超実践!ブランドマネジメント入門	978-4-7993-2612-1
2		
3		
4		
5		

■参考図書(references books)		
No. (No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	ブランディング7つの原則	978-4-532-32158-1
2		
3		
4		
5		