

授業科目	ブランド戦略論					実務家教員担当科目	○
単位	2	履修	選択	開講年次	3	開講時期	後期
担当教員	高橋 幸夫						
授業概要	<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。</p> <p>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	
標準的レベル	下記のブランド戦略論における基本知識を身に附けている。 1. ブランドの基礎について理解を深めることができる。 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。
理想的レベル	ブランド戦略論の基本知識を理解し応用力を身に附けている。

評価方法・評価割合	
評価方法	評価割合（数値）
試験	60%
小テスト	0
レポート	40%
発表（口頭、プレゼンテーション）	0
レポート外の提出物	0
その他	0

カリキュラムマップ（該当 DP）・ナンバリング										
DP1	○	DP2	-	DP3	○	DP4	-	DP5	-	ナンバリング
学習課題（予習・復習）										1回の目安時間（時間）

授業で配布された資料をもとに復習し、興味・関心や疑問点を整理しながら授業内容を把握する。	4
--	---

授業計画	
第1回	テーマ：ガイダンス 授業計画、内容、評価基準を解説する。
第2回	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。
第3回	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。

第 4 回	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。
第 5 回	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。
第 6 回	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方を事例を用いて理解する。
第 7 回	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。
第 8 回	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。
第 9 回	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。
第 10 回	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。
第 11 回	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。 スターフライヤーの顧客獲得戦略 (外部講師)
第 12 回	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。 北九州市のブランド戦略 (外部講師)
第 13 回	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。
第 14 回	テーマ：ブランド戦略と DX について
第 15 回	テーマ：まとめ 本授業のまとめ
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。
課題に対するフィードバックの方法	第 1 回授業で指示するが、授業中の発言等によって評価する。課題に対するフィードバックは、講義の際に口頭、もしくは授業コメントシートに記入して返却するなどして実施する。
学生へのメッセージ・コメント	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。  日頃自分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

2025 年度 授業コード : 13101900

る学生のみの履修を強く要請する。

