

講義名	ブランドマネジメント論		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	後藤 こず恵		
開講期・曜日・時限	後期 木曜日 3時限		
	2018年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2018年度 人間社会学部 観光学科 / 2018年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2018年度 経済学部 経済情報学科 / 2018年度 経済学部 経済学科 / 2018年度 商学部 マーケティング学科 / 2018年度 商学部 経営学科 / 2017年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2017年度 人間社会学部 観光学科 / 2017年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2017年度 経済学部 経済情報学科 / 2017年度 経済学部 経済学科 /		
履修開始年次	2年生	単位数	2
		講義コード	43067

主題と概要

現代社会におけるブランドの重要性を理解するとともに、企業における管理対象としてのブランドとはいかなるものかを説明する。その中で、消費者・生活者の意識レベルでの競争の現状を認識するとともに、競争上の優位性をもたらすブランド構築戦略について学ぶ。

到達目標

ブランド・マネジメント上の課題の複雑さを理解するとともに、その奥深さに触れることにより、マーケティングのさまざまな課題をブランドを中心にみる力を身につけます。

提出課題

ケースの準備シート

評価の基準

評価の基準
 中間レポート 50%
 最終レポート 50%

履修にあたっての注意・助言他

毎回の提出物は教科書のケースを読んだ上で記入してもらいます

教科書

.よくわかる現代マーケティング. 陶山・鈴木・後藤 ミネルヴァ書房 2200 + 税 978462307975

プリント資料及び参考文献

ケビン・レーン・ケラー『戦略的ブランド・マネジメント』東急エージェンシー (2010/4/10)

授業計画

- 第1回 ブランド・マネジメントとは
- 第2回 無印良品
- 第3回 コカコーラウエスト
- 第4回 タカラcanチューハイ
- 第5回 ポッキー
- 第6回 じゃがりこ
- 第7回 GOPAN
- 第8回 マクドナルド
- 第9回 資生堂
- 第10回 クラブツーリズム
- 第11回 カップヌードル
- 第12回 ユニクロ
- 第13回 スーパーホテル
- 第14回 北陸新幹線
- 第15回 まとめ

予習・復習

ケースの準備シートに記入をしてもらいます(2時間程度)
 毎回のケースの復習をするとより良いレポートが書けるでしょう(2時間程度)

備考

マーケティングの基本的な知識を習得していることが望ましい