

講義名	地域ブランド論		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	濱田 恵三		
開講期・曜日・時限	後期 金曜日 4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	54034

主題と概要

地域ブランドの概念的枠組みをはじめ、従来のものづくりによる地域ブランドに囚われず多様な視点から地域ブランドを考察する。前半は、地域ブランドの概念や企業ブランドと地域ブランドの相違、地域ブランド政策などについて学習する。後半は、地域ブランドと地方創生や地域ブランドと観光まちづくりなどについて具体的事例を交えて学習する。

到達目標

地域ブランドの概念や企業ブランドと地域ブランドの相違、地域ブランドと地方創生などを理解することを最低限の到達目標とする。さらに、地域ブランドを構築する主体（担い手）や地域ブランドの今後の展望や課題を把握することを最終的な到達目標とする。

提出課題

出席を兼ねて、授業の後半に数回（4～5回）ミニレポートの提出を求める。

評価の基準

出席点20%、中間試験：20%、期末試験：60%

履修にあたっての注意・助言他

日頃から地域ブランドに関する情報や知識を蓄積することを望む。

教科書

『地域ブランド論』	濱田他編著	同文館出版	2484円

プリント資料及び参考文献

授業ごとに資料（レジュメ）を配布する。

授業計画

1. イントロダクション（授業計画、成績評価他）
2. 地域ブランドの概念的枠組み
3. 地域ブランドと企業ブランド他
4. 地域ブランドによる景観形成
5. 地域ブランド政策について
6. 地域ブランドを動かす外部の視線
7. 新しい文化産業としての地域ブランド
8. 中間試験
9. 地域ブランドと地方創生
10. 地域ブランドとWeb活用
11. 地域ブランドと産学連携
12. 地域ブランドによる観光まちづくり
13. 地域ブランドの価値創造と崩壊
14. 今後の地域ブランドの展望と課題
15. 期末試験に向けた授業のまとめ

予習・復習

教科書に沿って授業計画を構成しているので予習を希望する。復習は、配布したレジュメや板書したキーワードなどの整理をして頂きたい。

備考

--