

講義名	マーケティング・ケーススタディ			授業形態	
担当教員	廣田 章光	開講期・曜日・時限	後期 火曜日 4 時限		
		単位数	2	履修開始年次	2 年生
				ナンバリング・コード	MKT284

### 主題と概要

皆さんの身の回りには、どのような「ブランド」があるか確認してみましょう。皆さんの周りには様々な商品・サービスが溢れています。そしてそれぞれの商品・サービスには「ブランド」が存在しています。皆さんが、お気に入りのスマートフォン、乗用車、飲料、アパレル、雑貨店、航空会社、ホテル、アーティストは、単に機能、価格、デザインだけで「お気に入り」になっているわけではなさそうですね。それでは、「何故、お気に入りなのか」を説明しようとするのでしょうか。商品・サービスの良いところをあげることはできても、理由をうまく説明できる人は少ないのではないのでしょうか。もう一つ考えてみてください。もし「ブランド」がこの世から無くなってしまったら、皆さんの生活はどのように変わるのでしょうか。皆さんの商品・サービスの体験、選択、他者への伝達方法、伝達したときの他者の反応は、今とは全く異なるものになるはずです。さらに商品、サービスを使用した時の体験も異なるものになるはずです。何より紛らわしい日常になってしまうことが予想されます。ブランドは使い手である皆さんがブランドと共に実現する体験が皆さんの記憶に残っているはずです。この体験の記憶が皆さんのブランドに対する評価や次の選択に影響を与えているはずです。ブランドの所有権は企業にあります。ブランドと皆さんひとり一人の体験とその記憶は皆さんの中に存在します。

この講義では、マーケティング・ケースを通してマーケティングとブランドとの関係、ブランド進化のためのマーケティングについて学びます。

### 到達目標

ブランドと経営、ブランドとマーケティングの関係を理解できる

### 提出課題

講義毎のレポートおよび最終レポート

### 課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

講義毎のレポートについて適時、エクセレントな内容および課題の共有  
最終レポート前後に、設問の意図および関連講義内容の説明

### 評価の基準

講義毎レポート50%、最終レポート50%

### 履修にあたっての注意・助言他

テキストをもとに講義を進めますので、テキスト（『1からのブランド経営』）研字舎の購入をお願いします

テキストの形式は、丸巻の電子書籍システム（Unit text）を使用して講義を進めるため、電子テキストの購入を推奨

電子テキスト『1からのブランド経営』はパソコンを持っている方は、メーカーや書き込みができて便利です  
購入方法は、講義初回時に説明します

初回講義時に電子テキストの特性ならびに購入方法を説明、丸巻より同書へのメーカーやコメントなどの個人ログデータの提供を受け、双方向の講義を実施。そのため、タブレット、パソコン、スマートフォンのいずれかの閲覧、書き込みが可能です。タブレット、パソコンの持参を推奨します

### 教科書

『1からのブランド経営』	石井淳蔵・廣田章光	研字舎	2400	978450238471
--------------	-----------	-----	------	--------------

### 参考図書

『1からのマーケティング』				
『デジタル社会のマーケティング』				

### その他

### 授業計画

#### 第1講 マーケティング発想

予習内容：シラバスを確認し、この講義で身につけたことのリストを準備(120分)  
復習内容：設問一つ選択し、講義内容とテキスト内容をもとに解答を作成(120分)

#### 第2講 ブランドとマーケティング

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

#### 第3講 マーケティング発想からブランド発想へ

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

#### 第4講 プロダクトからブランドへ:カルビー「かっぱえびせん」

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：カルビーポテトチップスと湖池屋のポテトチップスのあなたにとっての印象の違いを確認する。振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

#### 第5講 ブランドづくりには不可欠な目的の明確さとマネジメントの確実さ:エスエス製薬「ハイチオールC」

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

#### 第6講 用途開発によるブランド育成:大塚製薬「ポカリスエット」

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：ポカリスエットの誕生から現代までのコミュニケーションの変化を確認する。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

#### 第7講 ブランドを成長させるマネジメント:アサヒ飲料「ミツ矢サイダー」

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：ミツ矢サイダーの誕生から現在までのマーケティングの展開を確認する。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

#### 第8講 ポジショニング先行型ブランド:伊藤園「おいお茶」

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：伊藤園のおいお茶の日本での展開、シリコンバレー企業への展開を確認する。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

#### 第9講 市場カテゴリーを創造するブランド:サントリー食品インターナショナル「GREEN DA・KA・RA」

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：サントリーDAKARAの誕生から現代までのマーケティングの変化を確認する。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

#### 第10講 ブランド拡張を通じてのブランド進化:P&G「ファブリーズ」

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

#### 第11講 ブランド・ビジョンが事業を育てる:激急

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：激急電器と激急電器のイメージの違いを確認し、それが生まれる要因を考える。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

#### 第12講 技術、市場分野の拡大の拡大によるブランド進化:良品計画「無印良品」

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

#### 第13講 シグネチャー・ストーリーの共創:ナイキ

予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分)  
復習内容：ナイキとアシックスとのイメージの違いを確認し、その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選び、レポートを作成、提出する(120分)

### 授業形態（アクティブ・ラーニング）

ア：PBL（課題解決型学習）	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
キ：その他（A・L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

テキスト上に設定した設問を確認しその回答を共有しながら進める

### 卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

到達目標とを達成することで、マーケティング基礎知識の理解とそれに基づく課題解決案の提示ができるようになる。このことによってディプロマシオンにあるマーケティング同行の理解とその知識に基づいた改善案・解決案の提示ができるという到達目標の達成に貢献する。

### 双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

宿題の提出、授業中の小レポートにはレスポンスまたは代替手段を使用する。そのためスマートフォーンやパソコンなどインターネット接続可能な端末の携帯が必須となる。余裕をもって準備いただけるようお願いしたい。

### 実務経験の有無及び活用

実務経験あり。社会の実態と講義内容を関連付けて説明

### 備考