

学 科	服飾美術専攻	担 当 教 員	岩崎 之勇		
授 業 科 目	ブランド論		科目区分	専門科目	2 単 位
必修・選択	選択	授業形態	講義	開 講 時 期	1年次・後期
授業の主題 目 標	<p>【授業の主題】 マーケティングにおけるブランドの役割, ブランドに関する基礎および事例研究についての理解</p> <p>【授業目標】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ブランドマーケティングについて全体像を理解する。</li> <li>2. ブランドマーケティングで使われる基本的用語を理解する。</li> </ol>				
授業の内容 進 め 方	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 授業概要・ガイダンス, ブランドとは</li> <li>2. ブランドマーケティングの考え方</li> <li>3. ブランドメンテナンスとブランド再構築</li> <li>4. 顧客視点によるブランド価値評価</li> <li>5. 新ブランドの開発</li> <li>6. ブランド名の開発パターン</li> <li>7. 企業ブランドとは</li> <li>8. ブランド体系とカテゴリー</li> <li>9. ブランドコミュニケーション</li> <li>10. ブランド広告のフレーム</li> <li>11. ブランド調査方法</li> <li>12. ブランドの潜在価値</li> <li>13. ブランドプロジェクトの全体設計</li> <li>14. ブランドマーケティングの留意点</li> <li>15. まとめ・試験</li> </ol>				
実務経験を 活かす内容					
テ キ ス ト 教 材	<p>【参考文献】</p> <p>博報堂ブランドコンサルティング, 2012, 『図解でわかるブランドマーケティング』日本能率協会マネジメントセンター</p> <p>ブレインゲイト, 2002, 『図解でわかるブランディング』日本能率協会マネジメントセンター</p>				
準備学習の 具体的内容	<p>各授業で配ったプリントを復習する。</p> <p>授業の中で, 特に調べてくる事項についての調査を求める場合がある。</p>				
評価の方法 基 準	<p>試験 (80%)</p> <p>中間レポート (20%)</p>				
履 修 上 の 注 意	なし				