

※この科目では対面授業を実施予定です。受講申込の際は「対面授業スケジュール」にて日程をご確認ください

授業科目名： **マーケティング実践 I (ブランディング)**

科目区分： 戦略・マーケティング (応用)

必修・選択の別： 選択

配当年次： 1・2 年次

単位数： 2 単位 (学習期間 1 学期)

担当教員： 刈谷 裕子

オフィスアワー (授業相談の受付)：

e ラーニングサイトおよびメールでの質疑応答を受け付けています。

(メールアドレスは大学院グループウェアのアドレス帳でご確認ください)

面会・電話での質疑応答やご相談等を希望する場合は、事前に希望日時をご連絡ください。

1. 授業の概要

マーケティングとブランディングの概念の講義から始まり、自分で具体的なマーケティングプランを企画策定する実践までを学びます。

近年のマーケティングの概要とブランディングの役割を講義と教科書で学習したのち、マーケティングと深く関係性のあるブランディングとコミュニケーションの各論をケース (実在事例) にそって演習し、後半では課題 (各々が仕上げたいモチーフのマーケティングとブランディング) に取り組み、ブランディング構築 (ブランドの羅針盤制作) からマーケティングプランとコミュニケーションプラン (SP アイデア+プロモーション案) を実際に策定しながら、幅広い分野で通用する戦略作成スキルを身につけていきます。

2. 学習目標

座学ではない近年のマーケティング実践論とブランディング実践論を理解した上で、実際の現場でロジックを実戦的に活用できることを目指します。

(理論武装ではなく自分自身でマーケティング戦略のプラン策定が実践出来る⇒実践力と企画力をつける実学&活学メソッドを学ぶ)

後半では実践課題に取り組み、マンツーマンフィードバック (メールにて) と、全受講生出席のフィードバック対面授業を通して、マーケティングとブランディングとアイデアの一貫性を体系立てて習得し、修了後は実際に自身の仕事に実学・実業として活かして頂くことを目標とします。

3. 授業計画

第 1 章

・マーケティングの概要 (現代の実践マーケティングとは)

時代と共に変遷する消費者重視のマーケティングについて

第 2 章

・マーケティングとブランディング I (4P から 6P へ・価値と価格)

従来の 4P (製品・価格・チャネル・販促) から、ブランディングを取り入れた 6P 戦略とは

第 3 章

・マーケティングとブランディング II (6P 各々の役割)

ブランドの要である 6P 戦略各々の役割と関連性を具体例を通して学ぶ

第 4 章

・マーケティングとコミュニケーション (PULL&PUSH・SP の基本)

好感度を上げる PULL 戦略と、購買に繋げる PUSH 戦略。販売促進の基本とは

第 5 章

・ブランディングの概要（ブランドの基）

ブランドとは一言でいうと何か、ブランドの宿命とブランドの 2 種類の価値とは

第 6 章

・ブランディングの概要（ブランディングの基）

ブランディングの 3 種類のターゲットと、ターゲットの深層心理を探る手法について

第 7 章

・ブランディングの基本（ブランディング総括）

ブランドのパーソナリティーと、ブランドの羅針盤(Caricoden®)に入る要素を学ぶ

第 8 章

・ブランディング実践【1】(実践課題の進め方・パーソナルブランディング)

自分(パーソン)をブランディングして、自身の羅針盤を創るワークショップ

第 9 章

・パーソナルブランディングのフィードバック(メールでマンツーマンお返し)

第 8 章課題のマンツーマンフィードバック(加筆修正点の具体的指示・指導・赤入れ)

第 10 章

・ブランディング実践【2】(1B5C・SWOT クロス分析・ポジショニングマップ)

ブランディング構築の為の準備と考察・分析の方法、レポートのまとめ方について

(課題/ 自身が構築したい(事業アイデア・起業アイデア)モチーフをブランディング)

第 11 章

・【対面授業】実践課題 1B5C のフィードバック

第 10 章課題のマンツーマンフィードバック(加筆修正点の具体的指示・指導・赤入れ)

第 12 章

・ブランディング実践【3】(戦略=ブランドの羅針盤 ODEN)

ブランディング構築の為の資料と分析を用いて、ブランドの羅針盤を創り上げる手法を学ぶ

第 13 章

・実践課題 1B5C 修正 or SWOT クロス分析のフィードバック(メールでマンツーマンお返し)

第 11 章課題からの継続。マンツーマンフィードバック(加筆修正点の具体的指示・指導・赤入れ)

第 14 章

・PRC(PR コミュニケーション)

クチコミ戦略と、PR からコミュニケーションやブランドニュースを創る手法について

第 15 章

・【対面授業】SWOT クロス分析 or ODEN プレゼンテーション (実践課題最終フィードバック)

第 13 章課題からの継続。マンツーマンフィードバック(加筆修正点の具体的指示・指導・赤入れ)

4. 受講上の留意点

◎各章の講義動画は公開週の週末までには視聴し、小テストや課題提出遅延をしないよう。出来る限りタイムマネジメントを発揮して、対面授業にも出席できる準備を行ってください。

(大学の既定のスケジュール通りに遅延なく受講してください。)

特に第 8 章以降は、遅延や提出漏れがあると、当初想定していた成果物の精度と完成度が低くなります。仕事の都合でどうしても遅れる場合、どう進めて行けば良いか悩まれた際は、できるだけ早めにご相談頂ける様お願い致します。

◎対面授業でのマンツーマンのフィードバックと同期受講生や OB のかたからのアドバイスを受けて頂くと、より実践で活かせる

※この科目では対面授業を実施予定です。受講申込の際は「対面授業スケジュール」にて日程をご確認ください

戦略を創ることが可能です。対面授業の日時は、開講日から公開していますので、自身のスケジュールに入れておく様お薦め致します。

5. 成績評価基準

出席率（10%）＋小テスト（10%）＋第8章・10章・12章課題レポート（30%）

＋第15章最終レポート（40%）＋授業への貢献度（10%）

仕事の関係上課題提出が遅延する場合や、課題未提出となる際は事前相談頂ければ評価比率の変動を考慮する場合があります。

6. 必読書籍

・【教科書&ノート】「USAMIのブランディングノート」刈谷裕子 著（トランスワールドジャパン）

7. 参考書籍

・「瀧野川女子学園のキセキ」刈谷裕子 著（長崎出版）

・他参考図書は、授業スケジュールに応じて、適宜指示します。

※授業内で使用するメソッドは、商標登録化されているため、映像と各授業時に配布する資料共々、無断で第三者へ教示・配布・公開は厳禁です。

受講前に教科書&ノートであげている書籍を読み、予習する必要はありませんが、講義内容を本に書きこむケースが多いため、電子書籍ではなく書籍版購入を推奨します。

8. その他

マーケティング知識、ブランディング知識が無い方でも、実践の広告・PR・イベントなどの戦略策定スキルをしっかりと体得する事が出来ます。（最終対面授業後に宿泊を伴う課外授業を行う場合もあります。）

課題については、対面授業時にマンツーマンでフィードバック致しますので、実務経験が無い方でも十分理解できます。

※小テスト再試験は無し ※課題レポートについては精度と難度、進行状況に応じて適宜指示します。

※開講人数/履修登録人数は2名以上、20名以下であることが望ましい。

※再履修者/上記成績評価割合が変動し、初履修時に比べ、課題レポートの評価比率が上がります。