愛知東邦大学 シラバス

開講年度(Year)	2023年度	開講期(Semester)	後期
授業科目名(Course name)	地域ビジネス特講Ⅵ		
担当者(Instructors)	安藤 真澄	配当年次(Dividend year)	3
単位数(Credits)	2	必修・選択(Required / selection)	選択

■授業の目的と概要(Course purpose/outline)

【地域ブランドと地域プロモーション②】地域ビジネス特講Ⅴの続き。 地域活性化の方策として地域ブランドづくりが盛んである。ふるさと納税も地域のブランド産品を地域外の人々に販売する方便となっている。地域ブランドの目的は地域への関心を持って貰い、それが地域産業振興や観光客誘致、さらには移住促進といったことに結びつくことを期待している。それは地域の良さを相手に売り込み、共感してもらうプロモーション行為でもある。しかし、そこには自分たちの一方的な思いが前面に出ており、独り善がりのプロモーションとなっていることがある。 前期では地域のブランドづくりの方法論を学んだが、この授業ではそんなブランドを踏まえた地域プロモーションの方法論を学ぶ。

■授業形態・授業の方法(Class form)

授業形態(Class form)	講義
授業の方法(Class method)	講義形式で行う。地域プロモーション事例を取り上げ、それらの目的、ターゲット、結果についてディスカッションを進めるので、積極的に参加して貰いたい。また、テキスト以外に適宜、気になった地域プロモーション関連の話題も取りあげる。

■各回のテーマとその内容(Each theme and its contents)

回数(Num)	テーマ(Theme)	内容(Contents)	メディア区分(Media)
第1回	イントロダクション	前期のポイントの確認、授業の狙いと進め方、講義ノートの作り方等を説明する	□
第2回	地域プロモーションとは何か	定住人口、交流人口、関係人口の概念 ブランディングとプロモーションの違い	□
第3回	地域プロモーションの成功事例	世界的に有名な観光地や、投資家が魅力的だと考える地域の例を紹介し、どのようなプロモーション手法が成功したのかを分析する	□
第4回	地域プロモーションの成功事例	世界的に有名な観光地や、投資家が魅力的だと考える地域の例を紹介し、どのようなプロモーション手法が成功したのかを分析する	□
第5回	地域プロモーションの課題	プロモーション課題とは何かをマーケティング観点から考える	□
第6回	地域プロモーションの戦略	プロモーション戦略をマーケティング観点から考える	□
第7回	前半のまとめ	前半の振り返りとポイント 後半のオリエンテーション	□
第8回	プロモーション案立案のフレーム	企画設計のマーケティング的フレーム	□
第9回	地域プロモーションに関する実践的演習 【調査と分析】	課題を設定し、そこのプロモーション案を立案するグループワーク 文献調査、ネット検索、フィールドワーク	□
第10回	地域プロモーションに関する実践的演習 【調査と分析】	課題を設定し、そこのプロモーション案を立案するグループワーク 文献調査、ネット検索、フィールドワーク 質疑応答（作業中の質問があれば共有し、回答します）	□
第11回	地域プロモーションに関する実践的演習 【プロモーションアイディアづくり】	様々なアイディア出しと検討	□
第12回	地域プロモーションに関する実践的演習 【プロモーションアイディアづくり】	様々なアイディア出しと検討 質疑応答（作業中の質問があれば共有し、回答します）	□
第13回	地域プロモーションに関する実践的演習 【企画提案準備】	1チーム10分程度のプレゼンテーションの実施を行うので、その準備	□
第14回	地域プロモーションに関する実践的演習 【プレゼンテーション】	各チームのプレゼンテーションと講評	□

第15回	まとめ	全体の振り返り	□

■授業時間外学習（予習・復習）の内容(Preparation/review details)

普段から地域の観光誘致キャンペーンや地域おこしについて関心を持っておく。気になった事例ををネットや文献で調べて見る。テキストの該当箇所を読む（2時間程度）。授業後にキーワードや重要な概念を確認し、わからないところがあれば更に調べる(2時間程度）。

■課題とフィードバックの方法(Assignments/feedback)

授業中にミニテストを行い、回答を提示します。また、特定地域を提示するので、それについてチームでプロモーション案を作成、発表をします。発表内容について講評し、企画書については必要に応じて指導した上で評価します。

■授業の到達目標と評価基準(Course goals)

区分(Division)	DP区分(DP division)	内容(DP contents)
主体性	◆ 2021地域ビジネスDP3	地域プロモーションについて専門的な知識を深め、地域社会の活性化・発展に貢献できる。そのための意欲を持っている。

■成績評価(Evaluation method)

筆記試験(Written exam)	実技試験(Practical exam)	レポート試験(Report exam)	授業内試験（in-class exam)	その他(Other)
			100%	

授業内試験等(具体的内容)(Specific contents)

ミニテストとプレゼンテーションにより総合的に評価します。プレゼンターとしてチーム員全員が参加してください。

■テキスト(Textbooks)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	河井孝仁『新・シティプロモーションでまちを変える』彩流社、2022年	978-4-7791-7111-6
2		
3		
4		
5		

■参考図書(references books)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	安藤真澄『実務からの考察「シティプロモーションにおける逆説的コミュニケーション手法に関する考察一名古屋市の事例を中心に」』『広報研究』23号、2019年、pp146-158。	researchmap.jpで検索
2	安藤真澄『広告コミュニケーションの本質とは何か　「広告社会学」の試み』ミネルヴァ書房、2021年	978-4623090716
3	木下斉『地元がヤバい…と思ったら読む 凡人のための地域再生入門』ダイヤモンド社、 2018年	978-4478103906
4	西村順二 ・ 陶山計介 ・田中 洋 ・山口夕妃子（著・編集）『地域創生マーケティング 』 中央経済社、2021年	978-4502396816
5		