

科目名	開講期間	必修/選択	担当者名
企業のブランド価値を確実にアップさせるブランディングの最新ノウハウ	後期	必修	上條 憲二

【授業の目的と概要】

ブランディングとは、企業のロゴマークを変えたり、スローガンを新しくすることではありません。ブランド戦略に成功している企業は海外、国内に数多く存在しますが、それらの企業で共通している要素があります。

それは、これからの時代にどんな存在であるべきかという明確な「ブランドコンセプト」を定めることから始まります。そのブランドコンセプトを従業員が理解し、思考し、コンセプトに基づく事業活動を積極的に展開し続けることにより、ブランドは強くなります。

本科目では、ブランド戦略の基本を学ぶと共に、企業のブランド力を高めるための具体的な手法を、国内外の事例（講師が実際に携わった事例を含む）を踏まえながら分かりやすく解説します。

【授業計画】

※実践的な授業方法…①企業等、②双方向、③実務家教員・実務家、④実地

回数	テーマ 授業内容の概要	実践的な 授業方法
1	ブランドは何か ブランドは企業力を確実に高める。ブランドの概要説明を踏まえ、企業にとってのブランドの効能、意義について議論する。	②③
2	ブランドはどう創るか -7つのステップ- ブランディング(ブランドを意図的に創ること)の7つの原則について、具体的に説明するほか、日頃感じているブランディングについての悩み、問題点を出し合い、その解決策について議論する。	②③
3	ブランディング事例 -成功の秘密- ブランディングに成功した事例(講師が実際に携わったもの)とその成功要因を紹介。(大和ハウスグループ、スバル、阪神電車、清水建設、クリナップ、など)	③
4	ブランディングの設計図(7つのステップを作業手順に分解したもの) 自社でブランディングを行なう場合の作業手順を分かりやすく説明する。それを踏まえ、各自例題をもとに簡単なシミュレーションを行い、発表する。	②③
5	演習 -企業のブランドづくりにチャレンジ- ひとつの企業(団体)を例にとり、全体でディスカッションしながらそのブランディングを考える(SWOT分析、ブランディングの方向性、ブランドコンセプト、ブランドバリュー、パーソナリティ)。	②③
6	ブランディング事例 -エバラ食品- 創業50周年を機にブランディングを行なったエバラ食品(ブランディング後東証1部上場)。その進め方を、同社マーケティング部長に具体的に語っていただく。	③

7	自分の会社のブランディングにチャレンジ-1	③
	自分の会社を例にとり、SWOT 分析、3C 分析を行い、ブランディングの方向性を考える。時間内に終わらない場合は宿題。	
8	自分の会社のブランディングにチャレンジ-2	③
	自分の会社のブランディング。ブランドの基盤となるブランドコンセプト、ブランドバリュー、ブランドパーソナリティ、ブランドステートメントを考える。	
9	プレゼンテーション	②③
	各自、自社のブランディング結果を発表する。それを基にディスカッションを行なう(守秘性が高い場合は課題提出のみ)。	
10	まとめ	②③
	講義全体の総括およびQ&A。さらに、自らの会社で行うことをまとめる。	

【授業の到達目標】

- ・ブランドの意味について説明できる
- ・企業活動にとってのブランド戦略の位置づけを説明できる
- ・ブランディングの進め方についてのポイントを説明できる

【成績評価方法】

授業への参加・貢献度、レポートで評価します。

【テキスト・参考図書】

必要に応じて授業内で紹介します。