

産業能率大学 経営学部

グローバル・プロモーション	履修年次	3・4	
	単位	2	
小々馬 敦	配当期	前	
	授業方法	講義/ライブ	
<b>授業の内容</b>			
<p><b>[授業の概要]</b>                  講義とケースと新聞・雑誌記事を使って授業を進める。                  講義では提携及び買収(M&amp;A)の①戦略、②価格、③方法を説明し、M&amp;A 全体像を理解させる。ケースでは学生が大学でホットドッグ屋を開業し M&amp;A で成長していく架空のケースを題材にし、講義の内容の理解を深めさせる。また、新聞・雑誌記事では実際の M&amp;A の記事を読むことで、現実の企業経営における M&amp;A 戦略を理解させる。これらを通じて、提携及び買収(M&amp;A) について、①戦略、②価格、③方法を理解させる。学生の視点にあった M&amp;A ストーリーや実際の M&amp;A に関する新聞・雑誌記事を読むことで、①現実感のある講義を行い、②何故 M&amp;A についての理論が必要かを学生自らが考える動機付けをし、③M&amp;A の目的、仕組み、企業評価などについて理解させ、最終的には④企業の経営戦略として M&amp;A の果たす役割についての理解を深めさせる。</p> <p><b>[担当教員の実務経験]</b>                  投資ファンドにて、M&amp;A 前の案件発掘、戦略立案、買収スキーム検討、M&amp;A 中のデューデリジェンス(精査)・企業価値評価・契約交渉、M&amp;A 後の事業再生など全プロセスに従事。</p> <p><b>[実務経験に基づく項目]</b>                  M&amp;A の目的、M&amp;A の制度、企業評価方法、M&amp;A と経営戦略、デューデリジェンス(精査)・M&amp;A スキームのメリット・デメリット、M&amp;A の社会的意義(事業再生・事業承継)、M&amp;A の契約書、ESG・SDGs と M&amp;A。</p>			
<b>この科目の到達目標</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランドマネジメントの手法に関して事例から理解できている。</li> <li>・ブランド基本戦略(ブランド体系、ブランドポートフォリオ)に関して理解できている。</li> <li>・グローバルマーケティング、プロモーションプランニングの手法に関して理解できている。</li> </ul>			
<b>成績評価の方法</b>			
授業出席および理解度確認のための実習課題を提出し受理されること。小テストを受けること。			
週	授業項目	週	授業項目
1	【基本理解】ブランドとは何か?グローバルブランドマネジメント	8	【応用理解】インサイト・マーケティングと体験型プロモーションのデザイン
2	【基本理解】ブランド戦略とマネジメントの手法	9	【応用理解】メガブランド戦略《課題出題》
3	【事例学習】ブランド戦略コカ・コーラのグローバルブランドマネジメント	10	【基本理解】プライベートブランド(PB)戦略
4	【事例学習】ブランドのローカライズパーパス・ブランディング	11	【基本理解】コーポレート・ブランディング、企業価値のマネジメント
5	【特別講義】ブランドマネジャーの仕事	12	【応用理解】リ・ブランディングとリ・ポジショニング《小テスト出題》
6	【応用理解】ブランド体系戦略《課題提出》	13	【未来洞察】2030年に向けてのブランディングの進化
7	【応用理解】ブランドポートフォリオ戦略	14	総括学習の体系的理解