

産業能率大学 経営学部

ブランドプロデュース	履修年次	2	
	単位	2	
杉田 一真	配当期	通年	
	授業方法	演習/対面	
授業の内容			
<p>[授業の概要]</p> <p>指定商品の特徴や生産者の思いなどを調査して商品の隠れたブランド価値を発見し、それに新たな視点・発想を加えてブランド価値を向上していくために必要な施策(商品名、パッケージデザイン、プロモーションツールなど)を具体的に検討し、提案していく。本授業は Project Based Learning(PBL)科目だが、他と異なる 3 つの特徴がある。第一に、企画を検討し提案するだけでなく、実際にパッケージ制作やプロモーション用の商品撮影などを行い、頭だけでなく手を動かしながら学習する点。第二に、ブランディングについて知識として学ぶだけでなく、それを実際の場面で実践できるようになるため、チームをまとめプロジェクトを推進していくプロデュース力についても学ぶ点。第三に、商品のブランディング・販売のプロフェッショナルから直接指導・評価を受ける体験を積むことができる点である。</p> <p>詳細なスケジュールは第 1 回講義の際に提示する。ブランド戦略の構想などで、授業外でも自主的に集まり、グループワークを行う必要がある。授業外(土日祝日含む)に一定の時間を要することを了解した上で履修すること。履修希望者多数の場合は、志望書による選考を行う。</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・ 商品のブランド価値を発見する調査手法・調査プロセスを理解している。 ・ ブランド価値向上につながるマーケティング施策について理解している。 ・ プロフェッショナルと協働し、質の高い企画を生み出し、企画を実現するためのポイントを理解している。 			
成績評価の方法			
授業出席、個人ワーク・グループワークの成果、レポート課題、授業およびグループワークに対する積極性・貢献度を総合的に評価する。			
週	授業項目	週	授業項目
1	ブランドをプロデュースするとは？課題提示	8	中間報告の準備
2	調査の実施	9	中間報告
3	情報の分析	10	追加調査
4	ブランディングの方向性の検討	11	プロモーションツールの完成
5	マーケティング施策の検討	12	最終報告の準備
6	マーケティング施策の試行	13	最終報告
7	ブランド戦略およびマーケティング施策の再検討	14	全体振り返り総括