

## 産業能率大学大学院 総合マネジメント研究科

|  |              |       |
|--|--------------|-------|
| ブランド戦略論  | 履修年次         | 1・2   |
|  | 単位           | 2     |
| 植村 智幸  | 配当期          | 後学期集中 |
| この科目の到達目標  |              |       |
| ・企業経営の立場に立った議論参加力を高めることができる。<br>・グループメンバーとのコミュニケーションやチーム内リーダーシップの発揮を通じてチームのマネジメントができる。<br>・ブランド経営の理論やメリットを理解して、その経営手法の実践のキーをつかむこと。 |              |       |
| 成績評価の方法  |              |       |
| ・授業参画を中心として、授業外学習、課題提出によって評価する。  |              |       |
| 週  | 授業項目         |       |
| 1  | 「ブランド」とは何か   |       |
| 2  | 「ブランド」経営とは何か |       |
| 3  | 事例研究(アマゾン)   |       |
| 4  | 事例研究(アマゾン)   |       |
| 5  | 事例研究(アマゾン)   |       |
| 6  | 事例研究(良品計画)   |       |
| 7  | 事例研究(良品計画)   |       |
| 8  | 事例研究(良品計画)   |       |
| 9  | 「ブランド」経営の要件  |       |