

ブランドマネジメント -私たちがブランドに魅力を感じるのは何故か-

単位数		ナンバリングコード	
2		DBA302	
	教員名	坂本 英樹	
	専門	マーケティング論 ベンチャービジネス論	
	出身校等	北海道大学大学院	
	現職	北海道情報大学教授	
授業形態			
前期印刷授業・後期印刷授業・後期面接授業			
授業範囲		試験範囲	
教科書の第3章，第4章，第5章		授業範囲と同じ	
		【印刷授業：試験時参照許可物】 一切自由 ※ただしWebページ（通信教育部POLITEを除く）と生成系AIの参照は不可とする。 【面接授業：試験時持ち込み許可物】 一切自由	
科目の概要			
ブランドとは「特定の売り手あるいは売り手グループが製品またはサービスを競合他社のそれと区別するために用いる名前，用語，記号，シンボル，デザイン，あるいはそれらの組合せ」を意味する。そして，ブランドをとおして売り手は買い手に対して製品のもつ特定の性質，特徴，便益，そしてサービスを約束することになる。 日本でも人気の高い“L”と“V”がクロスしたマークとモノグラムラインと呼ばれる模様のロゴで知られるルイ・ヴィトンは，フランスのかばん職人ルイ・ヴィトンが創始したブランドで，現在はLVMH（モエ ヘネシー・ルイ ヴィトン）グループの中核ブランドとなっている。ルイ・ヴィトンは1854年，荷造り用の木箱職人だったヴィトンによって創立される。1868年には，大型客船に積み込まれる旅行カバンや大型トランクを製作し，当時の新素材の強化ビニールをトランクの上から布地に貼るとともに，木材の枠組みを組み込んだ堅牢な旅行用トランクは熱帯のコロニアル諸国への旅に耐えられる設計だった。この製品が大ヒットすると模倣品が多数マーケットに参入してくる。1896年，ヴィトンはこうした模倣品との差別化を図るために，当時ヨーロッパで流行していたジャポニズムに着目して，日本の家紋をアレンジした「モノグラム」を考案した。 強いブランドを構築するために差別化が果たしている役割は大きい。企業はブランド差別化要素をマネジメントすることをおしてブランドの強化を図っている。こうした要素にはブランドの特徴，成分，サービス，プログラムがあり，これらは顧客にとって意味のあるものでなければならない。 ブランドマネジメントでは，ブランドの本質，ブランドの種類，ブランドの機能，ブランド構築プロセスをはじめとするブランドに関する理論を習得していくとともに，現実のビジネスにおけるブランド戦略を具体的な事例をおして学習していく。			
授業における学修の到達目標			
・ブランドマネジメントの理論を学習することをおして，ブランドの本質，ブランドの種類，ブランドの機能，ブランド構築プロセスがわかるようになる。 ・現実のビジネス環境において組織のブランド戦略を推進できるようになる。			

講義の方針・計画	
第1回	プロダクト
第2回	サービス
第3回	ブランドの定義
第4回	ブランドの分類
第5回	ブランドの役割・価値
第6回	ブランドポートフォリオ
第7回	ブランド関連性
第8回	ブランド差別化
第9回	ブランド活性化
第10回	ブランド戦略
第11回	ブランド拡張
第12回	プロダクトライフサイクル
第13回	プロダクトライフサイクルの延命策
第14回	価格設定
第15回	ブランドを創る
準備学習	
・印刷授業は教科書を2単位90時間かけて学習することを目安としている。 ・印刷授業以外の授業形態において以下の準備学習を行ってください。 （予習）聴講前に教科書の該当箇所を目を通してください。2時間 （復習）聴講後に教科書の該当箇所を読んで、確認してください。2時間	
課題(試験やレポート等)に対するフィードバック方法	
要望により評点を開示する。 印刷授業は提出されたレポートについて講評を付与して返却する。	
成績評価の方法およびその基準	
科目試験による評価100%	
教科書	
書 名：ここから始める経営学 ―エッセンシャル・アプローチ― 著者名：坂本英樹 発行所：千倉書房 ISBN：9784805109229	
参考書	
特に指定しない。	
その他	
・関連受講科目を同時受講することをおして効果的かつ効率的な単位修得が可能である。 ・マーケティングの概念を具体的な企業事例をおして学習するスタイルになっている。 ・概念を暗記することなく教科書を読んでその内容を理解して、自らの言葉で説明できれば単位の修得が可能で、日常生活やビジネスでの経験を生かして楽しみながら学習できる内容になっている。	
試験期間	
シラバス検索画面トップページ（ https://syllabus-tsushin.do-johodai.ac.jp/ ）下部の「2025学年暦」を参照	
学習プリント	
あり	

教職科目
商業 5 の 1 （選択）
関連受講科目
「経営学への招待」「流通の仕組み」「マーケティング論」「ベンチャービジネス論」「アントレプレナーシップ論」
担当教員の実務経験
該当なし