

日本工学院専門学校	開講年度	2020年度	科目名	ブランドマーケティング	
<b>科目基礎情報</b>					
開設学科	情報ビジネス科	コース名	ホテルコース	開設期	前期
対象年次	2年次	科目区分	選択	時間数	30時間
単位数	2単位	開講時間		授業形態	講義
教科書/教材	毎回レジュメ・資料を配布する。				
<b>担当教員情報</b>					
担当教員	兒玉	実務経験の有無・職種	有・海外イベント会社勤務		
<b>学習目的</b>					
<p>トレンドは「傾向・動向・流行」という意味になる。ビジネスにおけるトレンドは消費者の動向予測や、次にきそうなビジネスチャンスという意味合いで使われる。今までにない価値観で社会に貢献する新しいビジネスを展開し、顧客のニーズにマッチすることで、市場は大きくなり、売上と比例して業績を上げている企業も多く存在する。</p> <p>将来の顧客の市場を考え新しいビジネス市場を展開することは必要なことである。</p> <p>ついてはブランディングを高める取組みについて理解を深める。</p>					
<b>到達目標</b>					
<p>ここ数年で業績を大きく伸ばした企業の販売・経営戦略を学びながら、これまでにない新しいビジネススタイルを考え、それに伴うSWOT分析（Strengths（強み）・Weaknesses（弱み）・Opportunity（機会）・Thread（脅威））を行う。内部環境や外部環境について分析を行い、方向性や改善策を洗い出し、戦略へとつなげる。</p> <p>企業活動のうち、商品・サービスそのものの企画・開発・設計やブランディングから、市場調査・分析、価格設定、広告・宣伝・広報、販売促進、流通、マーチャンダイジング、店舗・施設的设计・設置、（いわゆる）営業、集客、接客、顧客の情報管理等に至る広い範囲においてのマーケティング手法を理解することを目標とする。</p>					
<b>教育方法等</b>					
授業概要	業績を伸ばした様々な企業の、販売経営戦略を説明（逆に下降した企業も）し、グループワークを介して、自らが考えたビジネススタイルに基づき、SWOT分析を行い、方向性や改善策を洗い出し、戦略へとつなげる。				
注意点	この授業ではグループワークを行うので、積極的に参加すること。 授業中の私語や受講態度などには厳しく対応する。理由のない遅刻や欠席は認めない。また、授業時数の4分の3以上出席しない者は試験を受験することができない。授業の進捗状況により、内容が前後する場合がある。				
評価方法	種別	割合	備考		
	試験・課題	80%	試験と課題を総合的に評価する		
	小テスト				
	レポート				
	成果発表 (口頭・実技)				
	平常点	20%	積極的な授業参加度、授業態度によって評価する		
<b>授業計画（1回～15回） 1回（2）時間 ※45分を1時間とする</b>					
回	授業内容	各回の到達目標			
1回	ガイダンス	授業概要の説明、進め方、SWOT分析について理解する。			
2回	企業紹介・説明（1）	業績を伸ばした（下降させた）企業の販売・経営戦略について理解できる			
3回	企業紹介・説明（2）	業績を伸ばした（下降させた）企業の販売・経営戦略について理解できる			
4回	企業紹介・説明（3）	業績を伸ばした（下降させた）企業の販売・経営戦略について理解できる			
5回	企業紹介・説明（4）	業績を伸ばした（下降させた）企業の販売・経営戦略について理解できる			
6回	グループワーク（1）	新しいビジネススタイルについてグループで話し合い・成果物作成ができる			
7回	グループワーク（2）	新しいビジネススタイルについてグループで話し合い・成果物作成ができる			
8回	グループワーク（3）	新しいビジネススタイルについてグループで話し合い・成果物作成ができる			
9回	グループワーク（4）	新しいビジネススタイルについてグループで話し合い・成果物作成ができる			
10回	グループワーク（5）	新しいビジネススタイルについてグループで話し合い・成果物作成ができる			
11回	グループワーク（6）	新しいビジネススタイルについてグループで話し合い・成果物作成ができる			
12回	グループワーク（7）	新しいビジネススタイルについてグループで話し合い・成果物作成ができる			
13回	グループワーク（8）	新しいビジネススタイルについてグループで話し合い・成果物作成ができる			
14回	発表会	新しいビジネススタイルについて発表ができる			
15回	まとめ	これまでの授業の振り返り			