

2014年度前期 地域マーケティング

Approach:

主にブランド論を用いて、実際の山陰の地域あるいは山陰に関わる商品、サービスを対象として、ブランド構築のシミュレーションを行う。その過程を通して、ブランド論への地域への応用を実践的に学ぶ。

Goal:

ブランド論、マーケティングに関わる基本的な理論フレームを応用し、地域あるいは地域関連の産品、サービスのブランドを構築し、その地域の成長に貢献できるようになる。

Plan

		授業テーマ	レポート課題
1	4/14	ブランド理論1:ブランドとは	
2	4/21	ブランド理論2:ブランディング・プロセス	
3	4/28	ブランド理論3:ブランディング・フレーム	
4	5/12 Wed	ブランド理論4:ブランド拡張	
5	5/19	地域ブランディング・テーマ設定(グループ毎) ワークショップ	
6	5/26	地域資源分析1:二次資料分析 ワークショップ	
7	6/2	地域資源分析2:定性調査&連想ネットワーク分析 ワークショップ	
8	6/4	地域資源分析 プレゼンテーション	1. 地域資源分析提出
9	6/9	顧客セグメンテーション&ターゲティング ワークショップ	
10	6/16	ブランディング・フレーム(BF)作成 ワークショップ	
11	6/23	ブランディング・フレーム プレゼンテーション	2. BF提出
12	6/30	ブランド表現、プロモーション戦略(タッチポイント含)作成 ワークショップ	
13	7/13	定性調査、顧客知見収集 ワークショップ	
14	7/14	ブランド表現 プレゼンテーション	3. ブランド表現、プロモーション 戦略提出
15	7/28	Feedback & Wrap-Up	

課題レポートのフォーマットは、A4、Word or PowerPoint、2ページ程度以上。

Evaluation:

1. 全3回の課題レポート(地域資源分析、ブランディング・フレーム、プロモーション戦略)のクオリティ
2. 全体的な授業態度・積極性、プレゼンテーションのクオリティ

References:

1. Keller, K. Lane, 1998, Strategic Brand Management, Pearson International Edition.
2. 和田充夫他、2009、「地域ブランドマネジメント」、有斐閣。