

2014年度後期「マーケティングⅠ」

レポート課題3： ブランド

ある市場において、(1)その顧客(それが対象とする顧客)に与えようとしている主要な印象(イメージ、連想)と、(2)実際に顧客が受け取っている印象、これら(1)と(2)との間に大きな乖離があり、それ故に成長できていないと思われるブランド(企業ブランド、製品・サービスブランド等)を一つ取り上げ、その状況((1)と(2)、および(3)そのブランドの成長程度)を説明せよ。

その上で、(4)そのブランドが今後成長するために、何をすべきか、提案せよ。

* ブランドの分析にあたっては、そのWHO-WHAT-HOWを考えること。

* その分析(特に(2)顧客が受け取っている印象の分析)には、二次資料に加え、できるだけ自らによる定性インタビューを活用すること。

* 説明にあたっては、できるだけ定量的データと定性的データを組み合わせて使用すること。

分量: A4で2ページ程度あるいはそれ以上。

期限: 2014年1月8日(木曜)の授業開始時。

その授業に参加できない人は、その前日2014年1月7日(水曜)までに磯野研究室(教育研究棟4F)まで直接持参、提出すること。

評価: 提出されたレポートを、次の評価基準によるA, B, C, D, E, Fの6段階で評価する。

A: 取り上げたブランドとその成長との関係を十分に分析・説明している。かつ、その成長のためのブランドのあり方の提案がなされている。

B: 取り上げたブランドとその成長の関係を十分に分析・説明している。すなわちブランドを理解している。

C: ブランドをある程度理解しているが不十分である。

D: ブランドについてほとんど理解できていない。

E: 未提出、白紙、課題と無関係な内容を記述するもの。

F: 不正行為によるもの(ネット、教科書等のまる写し、他人のものの写し)。

本授業全体の成績評価は、3回の各レポート課題評価(A,B,C,D)および授業に対する積極性(毎回のミニクイズを含む)をもっておこなう。

注意:

1. 本授業では3回のレポート課題を課し、そのうちひとつでも評価がFあるいはEの場合は、本授業を失格とする。(本授業において、2/3以上の出席率、3回の課題レポートをすべて提出しかつ評価E、Fに該当しない、不正行為を働かないことは、採点(成績評価)のための前提条件であり得点とはならない)

2. 他人のレポートを写す、他人に自分のレポートを写させる、等は不正行為であり厳禁。発覚した場合は本授業失格と同時に、厳しく処遇され得る。

3. 期限までに提出している場合、提出・返却後、内容を修正し再提出することは可能。再提出されたものをあらためて評価する。

以上