

科目コード/科目名 (Course Code / Course Title)	その他/3年次演習2 (Seminar2(3rd year))		
テーマ/サブタイトル等 (Theme / Subtitle)	ブランドマネジメント, ブランド概念を用いたマーケティング		
担当者名 (Instructor)	高岡 美佳(TAKAOKA MIKA)		
学期 (Semester)	秋学期(Fall Semester)	単位 (Credit)	2単位(2 Credits)
科目ナンバリング (Course Number)	BUS3010	言語 (Language)	日本語 (Japanese)
備考 (Notes)	コンセントレーション: マーケティング領域		

授業の目標 (Course Objectives)

少人数でのグループワークを通じて、問題を発見する力、思考する力、論文やプレゼンテーションにおいて表現する力などの実践的な能力を身につける。また、ブランドに関するテキストの輪読や実証研究をおこなうことで、ブランドマネジメントやマーケティングに関する専門的知識を習得する。

Working together in small teams, you will attain the ability to identify problems and think critically, in addition to learning the proper language to use during presentations and paper writing. Furthermore, students will gain specialized knowledge in brand management and marketing by reading texts on branding and conducting empirical research.

授業の内容 (Course Contents)

製品の質や技術が優れていても、消費者にその魅力が伝わらなければ意味がない。ブランドは製品の魅力を消費者に伝えるツールとなる。本ゼミでは、ブランドの構築手法や消費者からの認知などについて実際の企業を例にとって研究を行う。秋冬ゼミスターは、毎年、関東にある大学の経済・経営・商学系ゼミに属する学生が参加する「関東学生マーケティング大会」にエントリーしている。合宿は春と夏の2回実施する。

Even if the product quality and technology are excellent, it is meaningless if you can't convey that effectively to the consumer. Branding is a tool for conveying a product's appeal to consumers. In this seminar, we will study how to build a brand and brand recognition using real companies as examples. In addition, every year students enter the "Kanto Student Marketing Competition," which is attended by students from economics, business administration, and commerce seminars at universities throughout the Kanto region. Two training camps will be held, one in spring and one in summer.

授業計画 (Course Schedule)

1. ガイダンス, 輪読テキスト決定, ゼミ目標および個人目標の設定
2. 突発型ディスカッション
3. 調査型ディスカッション
4. ゲストによる講演
5. フェルミ推定
6. インターゼミ進捗状況報告
7. 輪読中間テスト, 個人企画
8. インターゼミ中間発表
9. インターゼミ最終発表
10. インターゼミ振り返り, チームフィードバック, 個人フィードバック
11. 関東マーケティング大会ゼミ準備(チーム規範の作成, 目標の設定)
12. 関東マーケティング大会ゼミ中間発表
13. 関東マーケティング大会ゼミ最終発表
14. 学術論文の書き方講座

授業時間外(予習・復習等)の学習 (Study Required Outside of Class)

毎回, 前回までのシラバスを確認し復習しておくこと

成績評価方法・基準 (Evaluation)

出席およびコメントペーパー(40%)/プレゼンテーション(30%)/最終レポート(30%)

テキスト (Textbooks)

未定、ブランドマネジメント, マーケティングに関するテキストをゼミ生と相談の上で決定する

参考文献 (Readings)

未定

その他(HP等)(Others(e.g.HP))

facebook/立教大学経営学部 高岡ゼミナール

注意事項(Notice)