

授業科目名	ブランド論	担当教員	谷口 千鶴
必修の区分	選択		
単位数	2単位		
授業の方法	講義		
開講年次	3年 第1クォーター		
講義内容	<p>ブランド戦略は近年、さまざまな分野で活用されています。製品や企業を対象とした従来のブランディング（プロダクト・ブランド、コーポレート・ブランド）に加え、最近ではセルフブランディングや地域のブランディング（プレイス・ブランディング）、従業員を対象としたエンプロイヤー・ブランディングなど、その対象が広がっています。</p> <p>この講義では、「ブランドとは何か」「なぜブランドが重要なのか」を基本から学びます。また、実際の事例を通じて、身近なテーマでのブランド構築方法やセルフブランディングの実践的なアプローチを考えていきます。特に、個人が自分の強みや価値を見つけて発信するためのセルフブランディングについても具体的に解説します。</p>		
到達目標	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ブランドの基本的な理解 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ブランドとは何か、その役割や価値を説明できるようになる。</li> <li>○ ブランディング（ブランド戦略）の重要性と目的を理解する。</li> </ul> </li> <li>2. セルフブランディングのスキル習得 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 自分の強みや価値観を見つけ、それをブランドとして発信する方法を学ぶ。</li> <li>○ 他者に共感される魅力的なセルフブランディングを構築できるようになる。</li> </ul> </li> <li>3. 実践的なブランディングの応用 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 製品や地域、組織など、さまざまな対象へのブランディング手法を実例から学ぶ。</li> <li>○ 日常生活やキャリアにおいて、効果的にブランド戦略を活用できるようになる。</li> </ul> </li> <li>4. クリエイティブな発想力の向上 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 身近なテーマや事例を通じて、ブランド構築のアイデアを発想し実践する力を養う。</li> </ul> </li> <li>5. 自己表現と自己成長 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 自分の価値やアイデンティティを深く理解し、それを効果的に他者に伝える力を身につける。</li> <li>○ ブランディングを通じて、自己成長や新しい挑戦の可能性を広げる。</li> </ul> </li> </ol>		

<p>授業計画</p>	<p>オリエンテーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・授業の概要と進め方の説明。</li> <li>・ブランド戦略とセルフブランディングの基本的な概要を理解する。</li> </ul> <p>ブランドの基本と重要性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランドの定義と役割。</li> <li>・ブランドがなぜ重要か、成功例と失敗例を学ぶ。</li> </ul> <p>セルフブランディングの基礎</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自己分析：自分の強みや価値観を見つける。</li> <li>・手中の鳥を活用したセルフブランディングの基礎。</li> </ul> <p>セルフブランディングの実践</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自分のストーリーを作る方法を学ぶ。</li> <li>・ワーク：魅力的な自己紹介文の作成。</li> </ul> <p>ブランディングのプロセス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業ブランドの事例分析。</li> <li>・デジタル時代のセルフブランディング</li> </ul> <p>ソーシャルメディアを活用したセルフブランディング。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ワーク：SNS プロフィールの改善と戦略作り。</li> <li>・プレイス・ブランディング</li> </ul> <p>エフェクチュエーションの応用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・クレイジーキルトやレモネードの原則をブランド構築に応用する。</li> <li>・ワーク：他者と協力したブランド戦略のプランニング。</li> </ul> <p>危機管理とブランドの再構築</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランドの危機対応とチャンスの活用方法。</li> <li>・ワーク：ブランドのリスクマネジメントを考える。</li> </ul> <p>ブランド戦略の視覚的要素</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ロゴやデザイン、色彩の心理学を学ぶ。</li> <li>・ワーク：自分のセルフブランディングのビジュアルを考える。</li> </ul> <p>まとめ</p> <p>これまでの学びの統合と振り返り。</p>
<p>事前・事後 学習</p>	<p>授業中にケースについてのディスカッションをするので、自分の発言用の分析結果のメモを作成すること。授業後には、講義内容を踏まえてケースについての分析レポートを提出すること。</p>
<p>テキスト</p>	<p>なし</p>

参考文献	授業中に適宜紹介する。
成績評価の基準	ケース分析レポート（60%）、授業中の発言（20%）、期末レポート（20%）
履修上の注意 履修要件	
実践的教育	該当しない。
備考欄	想定定員を超過した場合の履修者の選考方法は抽選とする