

KIT虎ノ門大学院 学習支援計画書(シラバス)

科目名		科目コード	単位数	開講期	講義形式
ブランドマネジメント特論		Z 118	1 単位	4 学期	ハイフレックス
Brand Management					
科目分野		課程領域			
知的財産経営		イノベーションマネジメント共通科目			
担当教員名	メールアドレス	連絡方法 / オフィスアワー			
杉光 一成 原 節子 六角 マリ	-	メールアポイントにて随時			

関連している科目(履修推奨科目)

商標法特論 1	商標法特論 2	意匠・商標法応用特論
---------	---------	------------

授業の概要と到達目標

授業の主題と概要

ブランドは、企業のロゴマークや商品名、サービス名称やデザインなどを含み、サービス業、アパレル業、各種メーカー等、業界の種類や企業の規模を問わず、すべての企業がほぼ確実に関係する知的財産です。
ブランドを理解し、企業経営、特にグローバル経営に活用できる人材のニーズが高まっています。
そこで、本授業では、ブランド論の属するマーケティングの基礎からブランドの創出と管理、知的財産という多角的な視点から、理論のみに留まらず、経験を有する実務家を招聘して実践的な知識を含めて俯瞰的に講義します。
なお、他の科目との重複を避けるため、商標に関する国内外の法制度についての講義は原則として含まれません。

到達(修得)目標

ブランドマネジメント全体を俯瞰し、重要なポイントを理解する。特に外国の商標制度の基礎的事項と実務まで理解する。

受講対象者

- ・マーケティング担当者
- ・事業企画担当者
- ・製品企画担当者
- ・ブランド担当者
- ・メーカーの意匠・商標担当者
- ・サービス企業の商標担当者
- ・コンテンツ関連企業の商標担当者
- ・ブランドに強い弁理士・弁護士を目指す方

履修上の注意事項やアドバイス

※ 欠席が、2コマ(90分=1コマ)を超える場合は、単位修得にも影響する。欠席の際は、事前連絡を徹底すること。

※ 担当する教員は実務家教員とする。

※ 授業にて配布する資料等教材や講義収録映像・音声の無断転用・転載を禁じます。

コンピテンシ修得目標

知識領域 (Y軸)		ヒューマンパワー (Z軸)		思考プロセス (X軸)	
Y1: 基盤法令・テクノロジー		Z1: 問題発見力		X1: 企画	○
Y2: 応用法令・実務・テクノロジー	○	Z2: 独創力	○	X2: 構想	○
Y3: グローバル法令・実務	○	Z3: 問題解決力	○	X3: 調査・分析	○
Y4: マネジメント	○	Z4: プレゼンテーション力		X4: 設計・開発	
Y5: 戦略立案		Z5: 変革推進力	○	X5: 変革	
Y6: 標準化		Z6: コミュニケーション力	○	X6: 導入・運用	○
		Z7: リーダーシップ力		X7: 評価・検証	
		Z8: ネゴシエーション力		X8: リーガルマインド	○
		Z9: オーナーシップ力		X9: ライフサイクル	

プラクティカム

イベント / ケース	教育技法	マテリアル / ツール
1		

評価の方法

(総合評価項目と割合)	評価の要点
出席/授業貢献度	40% 毎回、事務室より出席簿を準備する。
討論及びディベート内容	30% 成績評価は授業内での的確な質疑応答及び積極的な授業貢献度を加味する。
リアクションペーパー	30% また、毎回の「リアクションペーパー」(A4一枚以内で感想を含めて授業を振り返るもの)(翌日期限内でメールにて杉光教授に提出)により厳格に行う。
合計	100%

テキスト・参考図書など		備考
※ 追加する場合を含め、一部変更となる場合もございますので予めご了承ください		
テキスト (購入が必要)	都度配布する。	
参考図書 (購入は任意・講師推奨)	「コラーのイノベーション・ブランド戦略」(白桃書房) 「コラーのB2Bブランドマネジメント」(白桃書房)	
参考URL		
適宜紹介予定		

※ 講師担当回が変更する場合があります。

コマ	学習内容	事前準備・課題	担当者	時間
1.2	マーケティング論の基礎		杉光	90分
	イベント			
	「ブランドマネジメント入門」 ブランドマネジメント全体を俯瞰する基本を理解する。		六角	90分
	イベント			
3.4	「ブランドマネジメントの実務Ⅰ」 企業におけるブランド管理の実務を理解する。(実演習を含む)		六角	90分
	イベント	プレゼンテーション		
	「ブランドマネジメントの実務Ⅱ」 企業におけるブランド管理の実務を理解する。		六角	90分
	イベント	グループワーク		
5.6	B2Bブランドマネジメントとイノベーション・ブランド戦略 B2BのブランドマネジメントについてB2Cのブランドマネジメントとの違いを中心に解説する。さらに特に技術力のあるメーカー(特にサプライヤー)にとってイノベーションすなわち「技術」をブランド化する手法が有効であり、その概要について理解する。		杉光	90分
	イベント			
	「ブランディングの実務Ⅰ」 概論：ブランドデザインの方法論および最新の潮流について理解する。		原	90分
	イベント			
7.8	「ブランディングの実務Ⅱ」 新たなブランドを創出する実務を、具体テーマの演習を通じて理解する。		原	90分
	「ブランディングの実務Ⅲ」 新たなブランドを創出する実務を、具体テーマの演習を通じて理解する。		原	90分
	イベント	グループワーク		

※ 講義日程は、学事ポータルの講義日程表をご参照ください。

※ 学習内容やスケジュールは、状況に応じて一部変更・改善が生じる場合があります。