北海商科大学　講義概要（シラバス）

2026年度

科目名	マーケティングII	科目コード	1192	単位数	3
担当者名	張　美慶	開講セメスター	第5セメスター	開講年次	3年次
授業の方法	講義	到達目標	E	実務経験	無
ナンバリング	FSt504	※DP（ディプロマポリシー）と到達目標の関連性については、カリキュラムマップ参照			

授業のねらい

本講義では、マーケティング活動に役立つ国際的視野に立って、ブランドの概念、ブランド・エクイティ、ポジショニング、グローバルブランド管理、デジタル・ブランディング戦略など、マーケティング戦略における主要なブランディング要素を体系的に学ぶ。ブランドは単なる名称やロゴではなく、顧客価値の創出・差別化・市場競争力の向上に寄与する戦略的資産であるため、マーケティングプロセスとの関連性を踏まえながら理解を深める。

到達目標

?AakerとKeller のブランド・エクイティ構造を理解し、ブランド認知・知覚品質・連想・ロイヤルティを分析できる。
?ブランド・ポジショニングおよびブランド拡張・ポートフォリオ戦略を設計できる。
?グローバルおよびデジタル・ブランディング戦略を立案し、それに基づくブランド戦略書を作成・発表できる。
?自ら課題を発見し解決する能力を身につけること。

授業内容

1週目 オリエンテーションおよびブランド基礎概念(ブランドの定義、役割、歴史)
2週目 ブランド・エクイティ理論（Aaker / Keller 構造）
3週目 ブランド・ポジショニング(POD/POP、ポジショニング)
4週目 ブランド認知（ロゴ、スローガンなど）
5週目 知覚品質(デザイン、広告、価格など)
6週目 ブランド連想(属性・感情・態度によるブランドイメージ構造)
7週目 ブランド・ロイヤルティ　中間テスト
8週目 ブランド・ストーリーテリング(ブランド・ストーリーの構造)
9週目 ブランド・エクイティ測定(定性/定量評価など)
10週目 ブランド拡張戦略(ブランド拡張の成功要因・失敗要因)
11週目 グローバルブランド管理(国別で異なるブランド戦略の特徴)
12週目 ブランド・コミュニティ(ファンダム、SNSコミュニティなど)
13週目 ブランド・ポートフォリオ戦略(マルチブランド戦略の仕組み)
14週目 デジタル・ブランディング(SNS、コンテンツ戦略、インフルエンサー活用)

15週目 最終発表 (アクティブラーニング)

16週目 まとめ　補講（必要時のみ）・授業の感想ディスカッション

準備学修（予習・復習）の具体的な内容及びそれに必要な時間

（予習）
?扱うブランドや企業の事例を事前に調べ、講義で扱う理論と関連づけて考える。
?講義スライドを読み、主要用語（ブランド・エクイティ、ポジショニングなど）を理解しておく。
?アクティブ・ラーニング活動に備え、自分の意見や比較対象となるブランドを準備する。（2時間程度）

（復習）
・講義で扱った理論（Aaker、Keller、ポジショニング、ロイヤルティなど）をノートで整理し直す。
・事例分析やディスカッション内容を振り返り、学んだ概念がどのように適用されたか確認する。
・ブランド分析ワークやチームプロジェクトに必要なデータを整理し、理解を深める。
・次回の授業内容とつながる点（ブランド構造・戦略要素など）を確認する。（2時間程度）

成績評価の方法・基準

本講義の成績評価は、中間テスト、レポート、チームプロジェクト、そして授業参加度を総合的に勘案して行います。

履修上の留意点

1.チームプロジェクトは本講義の重要な要素です。メンバー間で役割分担を明確にし、責任を持って取り組んでください。
2.出席が全体の3分の1以上ない場合は、成績評価の対象としない。
3.授業に関する連絡はすべて manabaを通じて行います。常に受信・確認できる状態を整えておいてください。
4.授業では PC などを使用して資料閲覧、情報検索、グループワーク、資料作成を行います。授業時には必ず各自で PC 等を持参してください。
※教室には十分な電源がありませんので、事前に充電を済ませておくこと。

課題に対するフィードバックの方法

授業中に適切にフィードバックを行います。
その他のご質問につきましては、担当教員宛ての電子メールにてお問い合わせください。

テキスト

指定しない。

参考書

?ダン・S・ケネディ ・フォレスト・ワルデン ・ ジム・カベル （2018）『ダイレクト・ブランディング』（ダイレクト）2970円

更新日付

2026/02/18 06:45