

2015年度前期 地域マーケティング

Approach:

主にブランド論を用いて、実際の山陰の地域あるいは山陰に関わる商品、サービスを対象として、ブランド構築のシミュレーションを行う。その過程を通して、ブランド論への地域への応用を実践的に学ぶ。

Goal:

ブランド論、マーケティングに関わる基本的な理論フレームを応用し、地域あるいは地域関連の産品、サービスのブランドを構築し、その地域の成長に貢献できるようになる。

		授業テーマ	レポート課題
1	4/14	ブランド理論1:ブランドとは、ブランドフレーム	
2	4/21	ブランド理論2:ブランディング・プロセス	
3	4/28	地域ブランディング・テーマ設定(グループ毎) ワークショップ	
4	5/12	イマジネーション・トレーニング	
5	5/19	地域資源分析1:二次資料分析 ワークショップ	
6	5/26	地域資源分析2:定性調査&連想ネットワーク分析 ワークショップ	
7	6/2	地域資源分析 プレゼンテーション	1. 地域資源分析提出
8	6/9	顧客セグメンテーション&ターゲティング ワークショップ	
9	6/16	ブランドフレーム(BF)作成 ワークショップ	
10	6/23	ブランドフレーム(BF)プレゼンテーション	2. BF提出
11	6/30	ブランド表現(タッチポイント毎プロモーション戦略)作成 ワークショップ	
12	7/7	定性調査、顧客知見収集 ワークショップ	
13	7/14	ブランド表現プレゼンテーション	3. ブランド表現提出
14	7/21	まちなかキャンパス ポスタープレゼ準備	
15	7/28	まちなかキャンパス ポスタープレゼ w/オーナー	4. ブランディング提案提出

分析チーム編成:

1チームを3人で1チームを編成(ブランドマネジャ、クリエイティブ、リサーチャー)

一つのテーマ(分析対象)を複数チームで分析するか、一つのテーマを一チームで分析

分析にあたっては、対象テーマのオーナーから了解を取り付け、出来るだけレクチャーを受けること

またまちなかキャンパスでのポスタープレゼに着てもらい、レビューしてもらうことを目指す。

対象テーマ候補:

北条ワイン、西本酒造、若桜鉄道、等

Evaluation:

1. 全3回のレポート(環境資源分析、BF、ブランド表現)と最終ブランディング提案のクオリティ

2. 全体的な授業態度・積極性、プレゼンテーションのクオリティ