



キース・ディニー

英ダンディ大学 ビジネススクール マネージメント&マーケティング部門長

書籍『国家ブランディング その思想、事例、実践』著者

コンサルティング会社 Brand Horizon 創設者

**Dr. Keith Dinnie, Head of Management & Marketing, University of Dundee School of Business,  
Founder of Brand Horizons and author of the book “*Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*”**

ブランディングの世界的エキスパートで、国家ブランディングをテーマにした初めての教本『国家ブランディング：その思想、事例、実践』の著者。『シティブランディング：セオリーと事例』の編集者でもある。著書は日本語をはじめ中国語、韓国語、ロシア語に翻訳される。『Place Branding and Public Diplomacy』の編集委員で、国際ブランディング協会（IPBA）の創設メンバーの一員。『International Marketing Review』『European Journal of Marketing』『Tourism Management』『Marketing Theory』等の先駆的な国際的ジャーナル紙にも多数執筆する。日本をはじめ米国、英国、韓国、イタリア、ロシア、南アフリカ、オランダ、ポルトガル、ギリシャ等世界各国で講演も行う。英ダンディ市ブランドグループの一員で英ダンディ市観光局のディレクターも務める。

Keith Dinnie is one of the world's leading experts on place branding. He is the author of the first textbook on nation branding – *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice, Second Edition* (Routledge, United Kingdom) and editor of *City Branding: Theory and Cases* (Palgrave Macmillan, United Kingdom). His books have been translated into Japanese, Chinese, Korean, and Russian.

He is on the Editorial Board of the journal *Place Branding and Public Diplomacy* and is a founding member of the International Place Branding Association (IPBA). His work has been published in leading international journals such as *International Marketing Review*, *European Journal of Marketing*, *Tourism Management*, and *Marketing Theory*. He has given keynote speeches at conferences in countries including the United States, United Kingdom, South Korea, Italy, Russia, South Africa, The Netherlands, Japan, Portugal and Greece. He is a member of the Dundee Brand Group and is a Non-Executive Director on the Board of Visit Dundee Ltd.