

| | | | |
|-----------|--------------|-------|-------|
| 講義名 | 地域ビジネス研究（中国） | | |
| 科目区分 | 学部専門科目 | | |
| 担当教員 | 潘 志仁 | | |
| 開講期・曜日・時限 | 前期 木曜日 2時限 | | |
| 履修開始年次 | 3年生 | 単位数 | 2 |
| | | 講義コード | 42086 |

主題と概要

世界において中国が存在感を發揮するようになる中、中国におけるビジネス研究の重要性は、ますますその度を増してきています。現在でも多くの日本企業も、新たな流通の世界を切り開いていくような形で中国への進出を急いでいます。この授業を通じて、中国ビジネスをマクロとミクロの複眼によって講義し、中国企業の経済・企業の成長特徴にかぎらず、中国企業と中国進出している日米欧企業の戦略・オペレーション・マネジメントの基本を学ぶ

到達目標

中国ビジネスの成長プロセスについて理解できます。
日本と中国のビジネス商慣習の相違を把握できます。
日米欧企業が中国で事業を展開する際に留意すべき点についても理解できます。

提出課題

評価の基準

中間レポート：30点
期末レポート：50点
質問・発言：20点

履修にあたっての注意・助言他

遅刻15分以上の入室は断る（交通機関による遅延証明書の提出を除く）
「遅刻する」、「出入りする」、「私語をする」、「居眠りをする」と大人の態度と行動を遵守できない学生には、受講を強く遠慮願います。
病欠の場合は、必ず診療書、保険調剤明細書、またはかかりつけの薬局の領収書を提出してください。

教科書

・「使用しない」。

プリント資料及び参考文献

教材配布

授業計画

1. 本講義のねらいと中国の基礎情報
2. 改革開放の明と暗
3. 企業成長の特徴
4. 輸出主導型からニューノーマル経済へ
5. 「オリンピック市場」の中国と消費市場の特徴（1）
6. 「オリンピック市場」の中国と消費市場の特徴（2）
7. 中国清涼飲料市場の特徴と日本企業の戦略（1）
8. 中国清涼飲料市場の特徴と日本企業の戦略（2）
9. 中国化粧品市場の特徴と日米欧企業の戦略（1）
10. 中国化粧品市場の特徴と日米欧企業の戦略（2）
11. 中国化粧品市場の特徴と日米欧企業の戦略（1）
12. 中国自動車市場の特徴と日米欧企業の戦略（1）
13. 中国自動車市場の特徴と日米欧企業の戦略（2）
14. 中国における電気自動車市場の概要と展望（1）
15. 中国における電気自動車市場の概要と展望（2）

予習・復習

予習では、まず、事前に教員が指定する範囲を読んで、全体の講義内容を知っておきます。つぎに、理論や概念の意味を中心に調べておくが、わからない単語・キーワード・概念は赤線で示したうえで、授業中、とくに集中して聞くようにします。さらに、その概念に関連する実際の動き・事実・実態について「ほんとうかな?」、「それは違うじゃないか」、「それはちょっとおかしいよ」と疑問を持って読んでいくと、自然と質問・発言ができるようになります。復習では、「何が分かったか?」や「何がまだ分からなかったか」を理論・概念と事実・実態に照らしながら、

備考

この授業を担当する教員は中国出身である。できるだけ中国ビジネスの新しい動きを取り入れて、行いたい。