

講義名	国際マーケティング論			授業形態	
担当教員	潘 志仁	開講期・曜日・時間	前期 木曜日 3 時限		
		単位数	2	履修開始年次	2 年生

主題と概要

国際マーケティングと国内マーケティングは原理的に異なるものではない。では、なぜ国際マーケティングをあらためて勉強する必要があるのか、それはマーケティングの一般理論では説明できない特殊な問題領域があるからである。本講義ではグローバル・マーケティング・リサーチ、グローバル・セグメンテーションとポジショニング、グローバル・マーケティング戦略、グローバル市場参入戦略の4つを中心に取り上げつつ、日本企業が実際には、どのようにグローバル戦略を展開しているか、事例として取り上げる。講義にさいしては、特定の理論や立場に固執することをおさげる。いくつかの理論をとりあげ、国際マーケティングの理論と現象を明示的に説明するように努めていく。講義の進率は国際マーケティングに関心のある学生に絞り込んでいきます。そうでない学生の受講を勧めません。

到達目標

- (1) 基礎知識を理解することで、国際マーケティングの理論を習得することができる。
- (2) 国際マーケティングリサーチ技法や参入戦略の課題を自ら考え、把握することができる。また、企業が国境を越えて直面する諸課題を自ら発見し、主体的にかつ柔軟に取り組みすることができる。

提出課題

なし

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

授業中の小テストの講評・解説する

評価の基準

授業中で小テストを10回実施し、1回につき、10点とする。教員との質疑応答を行う学生には、加点を与え、1回につき、2点とする。

履修にあたっての注意・助言他

この講義においてオールラウンディングを重視するので、学生と教員のディスカッションをしながら授業を進め、受講者は必ず毎回の授業にむけて予習と復習を心がけてください。特別の理由（公共交通機関の遅延など）の理由はないかぎり、授業開始10分後の入室を強く希望。遅刻する、「出入りする」、「私語をする」、「居眠りをする」など大入としての態度と行動を遵守できない学生には、受講を強く遠慮願う。

教科書

・「使用しない」.					
-----------	--	--	--	--	--

参考図書

その他

毎回、教材配布を行う。

授業計画

対面授業

- 第1回 グローバル・ビジネスの深化
予習内容：国際マーケティング、輸出を配布資料より精読（120分）
復習内容：グローバル競争の特長、グローバル・マーケティングと国際マーケティングの差異や世界中で同一製品を同一方法で販売したり、しなかったりする理由を復習（120分）。
- 第2回 グローバル・マーケティング・リサーチ
予習内容：グローバル・マーケティング・リサーチに関する6つのステップ、二次データの問題点、オムニバス・サーベイ、概念的共通性、概念的共通性を配布資料より精読（120分）
復習内容：オムニバス・サーベイ法の利点と限界、三角測量に似た手法を復習（120分）。
- 第3回 グローバル・マーケティング・リサーチ
予習内容：一次データ・リサーチとマーケット・サイズの評価を配布資料より精読（120分）
復習内容：社会的バイアス、推定法・類推法・連鎖式推定法を復習（120分）。
- 第4回 グローバル・セグメンテーションとポジショニング
予習内容：国際市場セグメンテーションの理由とそのアプローチを配布資料より精読（120分）
復習内容：どのような条件のもとで企業が世界共通の市場セグメントを追求すべきかを復習（120分）。
- 第5回 グローバル・セグメンテーションとポジショニング
予習内容：外国消費者文化志向ポジショニング、正確消費者文化志向ポジショニングを配布資料より精読（120分）
復習内容：世界共通（現地化）戦略と世界共通（グローバル）を整理復習（120分）。
- 第6回 グローバル・マーケティング戦略
予習内容：産業グローバル化の動因を配布資料より精読（120分）
復習内容：グローバル産業とグローバル・マーケティング戦略、グローバル戦略を復習（120分）。
- 第7回 グローバル・マーケティング戦略
予習内容：世界市場における製品の標準化の程度を配布資料より精読（120分）
復習内容：グローバル・マーケティング戦略と標準化の差異を復習（120分）。
- 第8回 グローバル市場参入戦略
予習内容：標準的市場と参入方式の選択を配布資料より精読（120分）
復習内容：標準的市場の参入チャートを整理復習（120分）。
- 第9回 グローバル市場参入戦略
予習内容：輸出、ライセンス、契約生産を配布資料より精読（120分）
復習内容：輸出方式とフランチャイズを復習（120分）。
- 第10回 グローバル市場参入戦略
予習内容：全弁事業、完全子会社、戦略的提携を配布資料より精読（120分）
復習内容：全弁参入方式のメリットを整理復習（120分）。
- 第11回 ダイキン工業の中国参入戦略
予習内容：非市場、選択と集中、差別化を配布資料より精読（120分）
復習内容：選択と集中及び差別化戦略を復習（120分）。
- 第12回 ダイキン工業の中国営業戦略
予習内容：営業3原則を配布資料より精読（120分）
復習内容：営業3原則と優良ユーザー攻略を配布資料より整理復習（120分）。
- 第13回 ダイキン工業の米国参入戦略
予習内容：グッドマン買収を配布資料より精読（120分）
復習内容：グッドマンの買収メリットを整理復習（120分）。

授業形態（アクティブ・ラーニング）

ア：PBL（課題解決型学習）	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

本授業の到達目標は、本学ディプロマポリシー「マーケティング動向、流通業界及び関連産業の動向や問題点を理解するための専門知識を身に付け、これをもとに国際参入戦略、国際マーケティング戦略、小売業界、流通に関する問題探索、課題提案ができる」に関連する。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

この講義においてオールラウンディングを重視するので、学生と教員のディスカッションをしながら授業を進め、授業中の発言や質疑応答は成績にカウントされるので、頑張って発言と質疑をしてください。

実務経験の有無及び活用

備考

オフィスアワー：月・水・木12時15分から55分
研究室メールアドレス：Zhiran_Pan@red.unds.ac.jp