

講義名	国際マーケティング論Ⅰ		
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 3時限	授業形態	
	2014年度 サービス産業学部 サービスマネジメント学科 福祉マネジメントコース/2014年度 サービス産業学部 サービスマネジメント学科 サービス心理コース/2014年度 サービス産業学部 サービスマネジメント学科 スポーツ健康マネジメント/2014年度 サービス産業学部 サービスマネジメント学科 サービスマーケティング/2014年度 サービス産業学部		
履修開始年次	2年生	単位数	2
		備考	

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。本講義では海外市場参入形態、グローバル・マーケティング、ローカルマーケティング、国際経営の4つを中心に取り上げる。講義にさいしては、特定の理論や立場に固執することをさける。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例示的に説明するように努めていく。講義の照準は国際経営もしくは国際マーケティングに関心のある学生に絞られています。そうでない学生には、受講を勧めません。

到達目標

国際マーケティングの理論について理解できます。
日本企業の国際経営の実態についても理解できます
企業の国際マーケティング戦略の動きや将来の課題を把握できます。

提出課題

中間課題
期末課題

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック

授業中で講評と解説を行う。

評価の基準

中間課題：30点、
期末課題：40点
ディスカッションへの関与度：30点

履修にあたっての注意・助言他

毎回の授業にむけて予習と復習が必要になります
「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。

教科書	. 国際経営 (第4版) .	吉原英樹	有斐閣アルマ	2000

プリント資料及び参考文献

必ず教科書を購入のうえ、受講してください。

授業計画

1. 講義のねらい
2. 国際経営環境の新しい動き
3. 国際経営・国際マーケティングとは
4. 国際経営戦略
5. 国際マーケティング
6. 海外生産 (1)
7. 海外生産 (2)
8. 技術移転と研究開発
9. 国際経営マネジメント
10. 北米・欧州のなかの日本企業
11. アジアのなかの日本企業
12. 新興国市場と日本企業
13. サービス企業の海外進出
14. 国際経営の新展開
15. まとめ

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）
<input type="radio"/>	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

準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

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みると、自然と質問・発言ができるようになります。復習では、授業では「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、頭に叩き込みましょう。その日のうちに、しっかり復習しましょう

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

オーラルラーニングを重視する講義形式なので、学生と教員のディスカッションをしながら講義を進めていく。質問・発言などをする学生には、加点ポイントを与える。加点ポイントは、成績に反映される。

実務経験の有無及び活用

備考