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・時限	前期 水曜日 ３時限				
		単位数	2	履修開始年次	２年生	ナンバリング・コード	

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を、イオンとイトーヨーカ堂を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。
講義の照準は国際マーケティングに関心のある学生に絞り込んでいます。そうでない学生の受講を勧めません。

到達目標

（1）基礎知識を理解すことで、国際マーケテイングの理論を習得することができる。
（2）国際マーケテイ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むことできる。

提出課題

中間課題と期末課題を課します。

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

授業中に講評・解説を行います

評価の基準

中間課題：４０点期末、課題：40点 、ディスカッションへの関与度（発言、質疑、教員との議論）：20点

履修にあたっての注意・助言他

この講義においてオーラルラーニ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く。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。
「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

．「使用しない」．				

参考図書

その他

対面授業
教材配布

授業計画

【対面授業】
1．本講義のねらい
2．グローバリゼーションのなかの企業のグローバルマーケティングの重要性
3．グローバル・マーケティング・リサーチ－リサーチすべき問題の定式化と二次データのリサーチ
4．グローバル・マーケティング・リサーチ――次データによるリサーチと市場規模の評価
5．グローバル・セグメンテーションとポジショニング－国際市場セグメンテーション・アプローチとシナリオ
6．グローバル・セグメンテーションとポジショニング－国際ポジショニング戦略
7．グローバル・マーケティング戦略－グローバル・マーケティング戦略
8．グローバル・マーケティング戦略－グローバル・マーケティング戦略の地域化
9．グローバル市場参入戦略－ダイキン工業の米国参入戦略（外部講師）
10.グローバル市場参入戦略－ダイキン工業の中国参入戦略
11.グローバル市場のブランド戦略－ダイキン工業の中国ブランド戦略
12.イオンのグローバル戦略－香港出店戦略
13．イオンのグローバル戦略－マレイシア出店戦略
14.．企業グローバル戦略の理論－プロダクト・サイクル・モデル
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）
○	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（ＡＬ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）		

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

各回の予習では、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」、「ちょっとおかしいよ」と疑問を持って読むように努力しましょう（２時間）。
各回の復習では、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（２時間）。
上述したような学習目標を達成するためには、予習と復習に必要な４時間を確保しよう。

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つけ、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ラルラーニ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く。
授業中の発言や質疑応答は成績にカウントされるので、振るって発言と質疑を奨励する。

実務経験の有無及び活用

備考

オフィスアワー：水曜日午後12時15分から12時50分、木曜日午後13時00分から14時時30分
研究室メールアドレス：Zhiren_Pan@red.umds.ac.jp