

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 金曜日 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。講義の趣旨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むことができる。

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・解説を行います

評価の基準

授業中で小テストを10回実施することにより、授業生の成績を評価します。

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、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分後の入室を強く断ります。「遅刻する」、「出入りする」、「私語をする」、「居眠りをする」など大人としての態度と行動を遵守できない学生には、受講を強く遠慮願います。

教科書

・「使用しない」。

参考図書

その他

教材配布

- 授業計画**
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・リサーチ一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ー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ー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ーグローバル・マーケティング戦略
 8. グローバル・マーケティング戦略ーグローバル・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ーダイキン工業の米国参入戦略
 10. グローバル市場参入戦略ー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ーダイキン工業の中国ブランド戦略
 12. 総合商社のグローバル戦略ー伊藤忠商事の中国参入戦略
 13. 小売企業のグローバル戦略ーイトーヨーカ堂の中国市場戦略
 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（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）	

準備学習（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、どくどく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）。

自らの復習では、授業では「何が分かったか?」や「何がまだ分らなかったか?」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（3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3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、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：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30分
研究室メールアドレス：Zhiren_Pani@red.unds.ac.jp