

講義名	アジア市場論/アジア流通論			授業形態	
担当教員	白 貞壬	開講期・曜日・時限	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

日本の流通はいま大きな変革期にある。流通を取り巻く環境が大きく変化し、流通活動を展開する技術が飛躍的な進歩を見せ、流通活動の場も世界に向けて広がっている。その中で、新興市場での流通企業の市場行動を分析するためには、グローバル・マーケティング論および小売国際化論という理論視角が必要である。本書では、アジア諸国の市場環境および流通構造を題材に、グローバル・ネットワーク化した世界の先進国小売企業とのダイナミックな競争関係に焦点を絞りながら、アジア諸国出身の新生小売企業の市場行動を明らかにする。

到達目標

- 世界中で高い経済成長が期待され、構造的な変革期にあるアジア市場の動向を検討し、異なる流通構造を把握することにより、アジア市場を舞台に活躍する中核人材として企業組織のマネジメント能力の獲得が期待できる。
- アジアの国・地域別に企業の組織行動や消費者の行動特性の面など経営資源管理の視点からの分析を行うことで、それが反映されている市場の特性を読み解き、市場構造を分析する力をつけ、多様な環境条件に応じた市場戦略を提案することができる人材を育成する。
- アジア市場の構造に適応しながら需要創造に重要な役割を果たす企業の事例分析を通じて、業界の動向や問題点を理解し、それを基に、マーケティング、ブランド戦略、小売業界、流通に関する問題探索、課題提案ができる。
- 分析対象を国内に限定せず、アジア市場に拡大することで、よりダイナミックな市場の動態を理解できるようにし、社会システムとしての流通の役割やその在り方を構想することができる。
- 世界市場においてアジア経済圏の比重は重大であり、高い経済成長率とともに消費市場も大きな成長ぶりを見せている。それを支えているのが流通業であり、相次いでいる日本の流通企業のアジア市場への参入とその行動を理解することは、将来同分野で活躍できる中核人材として多国籍なチームワークがつけそれを統率できるリーダーシップが発揮できるようになる。

提出課題

- グループワークを通じたプレゼンテーションと期末レポート課題を課す。グループ別プレゼンテーションおよび期末レポートについて授業中に解説を行い、採点結果を公表する。
- グループ別プレゼンテーション
【グループワークの課題】
- グループ別に決まった席に集まってください(PDFを参照)
 - 下記のトピックの中で一つだけ選んで、発表資料を作成しなさい。
アジアのビール市場について
アジアのスマホ市場について
アジアの半導体市場について
アジアの電気自動車市場について
アジアの食品市場について
アジアの家電市場について
 - 評価と採点基準は、メンバーの貢献度によって差をつける。
グループの症候表、メンバーの貢献度によって差をつける。
内容(25点)と発表(25点)で合わせて50点満点にする。
 - 提出方法

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

- レポートの採点が終わった後、学生に提出を求めた課題について解説等を行う。

評価の基準

- グループ別プレゼンテーション(50%)、期末レポート(50%)の2つにより総合的に評価する。
- ・パワーポイント資料を作成する際に、以下の内容に注意してください。
 - 問題意識が明確であること。
 - 記載された事実として最新のデータを用いること。
 - 自分の見解を述べること。
 - 参考文献・参考資料リストを必ずつけること。

履修にあたっての注意・助言他

- 教室内での私語および飲食、不要な出入りは禁止する。
- 授業開始から15分後の入室は禁止する。
- 授業中にやむを得ず手洗いに行く際は、許可を得てから行く。

教科書

.使用しない。					
---------	--	--	--	--	--

参考図書

.1からのグローバル・マーケティング。	小田部正明・栗木契・太田一樹編	碩学舎	2640	9784502218514
.日系小売企業のアジア展開。	柳 純・鳥羽達郎編	中央経済社	3300	9784502233814
.消費大陸アジア：巨大市場を読みとく。	川端基夫	ちくま新書	858	9784480069849

その他

- ・キャンパスクロスを通じて資料を配布します。各自印刷をお願いします。
- ・印刷が多くなると、メディアセンター等での対応が困難になる場合がありますので、大量印刷が発生しないよう配慮をお願いします。

授業計画

- 第1回 アジア流通論への招待
・予習内容：キャンパスクロスに事前に提示する講義資料の動画資料を見て自分が興味を持った内容をまとめたうえで講義に出席すること、教科書の該当箇所を必ず読んで、授業で積極的に発言・議論できるようにすること。(150分)
・復習内容：当日の授業内容を忘れないように講義ノートを整理し、授業内容の理解を深めること(90分)
- 第2回 アジア流通・マーケティングの最近の動向
・予習内容：キャンパスクロスに事前に提示する講義資料の動画資料を見て自分が興味を持った内容をまとめたうえで講義に出席すること、教科書の該当箇所を必ず読んで、授業で積極的に発言・議論できるようにすること。(150分)
・復習内容：講義ノートを整理し、授業内容の理解を深めること(90分)
- 第3回 国際化とアジア市場の特性
・予習内容：キャンパスクロスに事前に提示する講義資料の動画資料を見て自分が興味を持った内容をまとめたうえで講義に出席すること、教科書の該当箇所を必ず読んで、授業で積極的に発言・議論できるようにすること(150分)
・復習内容：講義ノートを整理し、授業内容の理解を深めること(90分)
- 第4回 グローバルな文化環境
・予習内容：キャンパスクロスに事前に提示する講義資料の動画資料を見て自分が興味を持った内容をまとめたうえで講義に出席すること、教科書の該当箇所を必ず読んで、授業で積極的に発言・議論できるようにすること(150分)
・復習内容：講義ノートを整理し、授業内容の理解を深めること(90分)
- 第5回 グローバル市場参入戦略
・予習内容：キャンパスクロスに事前に提示する講義資料の動画資料を見て自分が興味を持った内容をまとめたうえで講義に出席すること、教科書の該当箇所を必ず読んで、授業で積極的に発言・議論できるようにすること(150分)
・復習内容：講義ノートを整理し、授業内容の理解を深めること(90分)
- 第6回 グローバル製品品戦略
・予習内容：キャンパスクロスに事前に提示する講義資料の動画資料を見て自分が興味を持った内容をまとめたうえで講義に出席すること、教科書の該当箇所を必ず読んで、授業で積極的に発言・議論できるようにすること(150分)
・復習内容：講義ノートを整理し、授業内容の理解を深めること(90分)
- 第7回 グローバルブランド戦略
・予習内容：キャンパスクロスに事前に提示する講義資料の動画資料を見て自分が興味を持った内容をまとめたうえで講義に出席すること、教科書の該当箇所を必ず読んで、授業で積極的に発言・議論できるようにすること(150分)
・復習内容：講義ノートを整理し、授業内容の理解を深めること(90分)
- 第8回 グループワークとディスカッション
・予習内容：キャンパスクロスに事前に提示する講義資料の動画資料を見て自分が興味を持った内容をまとめたうえで講義に出席すること、教科書の該当箇所を必ず読んで、授業で積極的に発言・議論できるようにすること(150分)
・復習内容：講義ノートを整理し、授業内容の理解を深めること(90分)
- 第9回 グループワークとプレゼンテーション
・予習内容：キャンパスクロスに事前に提示する講義資料の動画資料を見て自分が興味を持った内容をまとめたうえで講義に出席すること、教科書の該当箇所を必ず読んで、授業で積極的に発言・議論できるようにすること(150分)
・復習内容：講義ノートを整理し、授業内容の理解を深めること(90分)
- 第10回 セブ、インドの国際化プロセス
・予習内容：キャンパスクロスに事前に提示する講義資料の動画資料を見て自分が興味を持った内容をまとめたうえで講義に出席すること、教科書の該当箇所を必ず読んで、授業で積極的に発言・議論できるようにすること(150分)
・復習内容：講義ノートを整理し、授業内容の理解を深めること(90分)
- 第11回 コロンビア薬業のグローバル・イノベーション
・予習内容：キャンパスクロスに事前に提示する講義資料の動画資料を見て自分が興味を持った内容をまとめたうえで講義に出席すること、教科書の該当箇所を必ず読んで、

授業形態(アクティブ・ラーニング)

<input type="radio"/> ア：PBL(課題解決型学習)	<input type="checkbox"/> 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	<input type="checkbox"/> エ：グループワーク
<input type="radio"/> オ：プレゼンテーション	<input type="checkbox"/> 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

- ・到達目標を達成することでアジア市場における業界の動向や問題点を理解でき、それをもとにマーケティング・ブランド戦略・国際化戦略に関する問題の探索やその提案ができるようになる。
- ・世界市場においてアジア経済圏の比重は重大であり、高い経済成長率とともに消費市場も大きな成長ぶりを見せている。それを支えているのが小売業であり、相次いでいる日本の小売企業のアジア市場への参入とその行動を理解することは、将来同分野でグローバル人材として活躍できる受講生には知っておくべき内容になっている。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

教材中での質問に対しては、メールやキャンパスクロスでも対応するようにする。

実務経験の有無及び活用

備考