

科目名(Subject)	国際市場戦略 (International Market Strategy)		
単位数(Credits)	2 単位	開講時期	前期
担当教員名 (Name)	王 力勇 (WANG Liyong)	研究室番号 (Office)	440
Office Hours	随時 (事前にメールで連絡してください)		
<p>1. 授業目的・方法(Course objective and method) グローバル化の下で多国籍企業が国と地域の境を超えて活動を行うことが必要かつ可能となってきた。従ってマーケティング戦略を世界範囲で統一するべきか、ローカルの事情に適応した政策をとるべきか、という「標準化対適応化」を巡る課題は国際マーケティング研究における中心的な問題の一つである。この授業では、グローバル・マーケティングの基本知識、理論を習得することが目的である。 授業では、毎週担当者が報告し、それで報告された内容に基づいて全体で議論するという形で行う。履修者の授業への参加度が重視される。</p> <p>2. 達成目標(Course Goals)</p> <ul style="list-style-type: none"> 「標準化対適応化」を巡る課題を論理的に分析できる グローバル・マーケティングの理論を応用し、さまざまな市場現象やマーケティングに関わる問題を分析する能力を身につける <p>3. 授業内容(Course contents) 第1～3週 グローバル・マーケティングの背景、環境、役割、進化プロセス 第4～5週 グローバル・マーケティング・リサーチ、国際市場細分化戦略、グローバル市場参入戦略 第6～9週 グローバル製品戦略、価格戦略、コミュニケーション戦略、ロジスティック戦略 第10～11週 グローバル・マーケティングの組織、調整と統制 第12～15週 グローバル・マーケティングの理論を応用し、ケース分析、プレゼンテーション</p> <p>4. 事前学修・事後学修(Preparation and review) 講義内容をしっかり理解した上で活発な議論ができるため、事前学修として、履修者は毎回の授業の前に</p> <ul style="list-style-type: none"> 該当部分の内容をしっかりと予習すること レジメを作成すること 疑問点やディスカッション・ポイントを用意すること。 <p>事後学修として、関連の理論を用いてビジネス界の事象などを自ら分析し、理解を深めること。</p> <p>5. 使用教材(Teaching materials) 以下のテキストを使用する予定です。受講生のご希望などにより変わる可能性がある。 『グローバル戦略市場経営』イアン・アーロン, ユージン・D. ジャッフ 著 笠原 英一 翻訳 白桃書房 (図書館に1冊あり)</p> <p>英語原本: "Global Marketing: Contemporary Theory, Practice", and Cases (2 ed.) 2016, Ilan Alon, Eugene Jaffe, Christiane Prange, and Donata Vianelli.</p> <p>以下は参考資料として使用する。 大石芳裕『日本企業のグローバル・マーケティング』 三浦 俊彦、丸谷 雄一郎、犬飼 知徳『グローバル・マーケティング戦略』 諸上 茂登、藤沢 武史『グローバル・マーケティング』中央経済社</p>			

6. 成績評価の方法(Grading)

評価要素は以下の通りです。

出席率	20%
授業への参加度（特に討論への参加	30%
事前課題、レジメの提出	20%
期末ペーパーの提出	30%

7. 成績評価の基準(Grading Criteria)

秀（100～90）：グローバル・マーケティングの基本知識について秀でた理解力を示し、グローバル・マーケティングに関する理論を応用して、さまざまなマーケティング課題やビジネス界の事象について秀でた分析をすることができる。

優（89～80）：グローバル・マーケティングの基本知識について優れた理解力を示し、グローバル・マーケティングに関する理論を応用して、さまざまなマーケティング課題やビジネス界の事象について優れた分析をすることができる。

良（79～70）：グローバル・マーケティングの基本知識について良い理解力を示し、グローバル・マーケティングに関する理論を応用して、さまざまなマーケティング課題やビジネス界の事象について良い分析をすることができる。

可（69～60）：グローバル・マーケティングの基本知識について理解力を示し、グローバル・マーケティングに関する理論を応用して、さまざまなマーケティング課題やビジネス界の事象について分析をすることができる。

不可（59～0）：グローバル・マーケティングの基本知識について十分な理解力を持たず、グローバル・マーケティングに関する理論を応用して、さまざまなマーケティング課題やビジネス界の事象について分析をすることができない。

8. 履修上の注意事項(Remarks)

受講生の語学能力に応じて、英語で授業を行うこともある。