

国際マーケティング論		講義	教授 小関 広洋
科目カテゴリー	国際ビジネスコースの選択必修科目	科目ナンバリング	23100201

1. 授業のねらい・概要

経済のグローバル化に伴い、企業のマーケティング活動も国際化・グローバル化している。この授業では、グローバル市場におけるマーケティングの課題を明らかにし、主要テーマについて説明する。国際マーケティングと国内マーケティングの違いを理解し、グローバルな視点でマーケティング思考をするための基礎力を養うことを目的とする。なお、本科目の履修にあたっては、「マーケティング論」を履修しておくことが望ましい。

2. 授業の進め方

テキストの内容に沿った講義形式で進める。また随時、事例研究も行う。理解の定着と考え方を養うため、原則として毎回、練習問題（記述式または穴埋め式）を課し、成績評価に反映する。

3. 授業計画

1. イントロダクション：企業のグローバル化	9. グローバル・マーケティング組織
2. グローバル・マーケティングとは	10. 製造業のグローバル・マーケティング
3. グローバル市場分析（マクロ、ミクロ、参入戦略）	11. サービス業のグローバル・マーケティング
4. グローバル・マーケティング・リサーチ	12. 小売業のグローバル・マーケティング
5. 参入市場の選定：市場セグメント、ポートフォリオ	13. 新興市場のマーケティング
6. 市場への参入方法：合併・直接投資など	14. 地域ブランドと国家ブランド
7. 標準化/現地化とグローバル・ブランド	15. まとめ
8. 知識移転：本社・子会社間の情報・知識ネットワーク	

4. 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

毎回の授業を受講するまでに、前回の授業内容を復習しておくこと。さらに、授業中に指示された事項について、調べておくこと。なお、これらの準備学修には、2時間以上が必要である。

5. 課題（試験やレポート等）に対するフィードバックの方法

練習問題については、授業の中でポイントを解説する。試験については、実施の際に出題意図を説明する。

6. 授業における学修の到達目標

国際マーケティングの基本的な概念を理解し、企業の活動をこれらの概念を用いて説明し評価できる。

7. 成績評価の方法・基準

授業への取り組み姿勢（授業中の練習問題への評価を含む）50%、定期試験の成績50%によって評価する。

8. テキスト・参考文献

毎回用意するスライド資料のほか、テキストとして三浦俊彦・丸谷雄一郎・犬飼知徳（2017）『グローバル・マーケティング戦略』（有斐閣アルマ）を使用する。

9. 受講上の留意事項

新聞やニュースなどを通じて、日頃から企業に関する情報に関心を持つこと。

10. 「実務経験のある教員等による授業科目」の該当の有無

該当する。本授業は、金融機関およびコンサルティング業務における実務経験を活かして指導する。

11. 卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連

上記の「科目カテゴリー」欄の記載のとおり。