

科目名	コマース研究ゼミナール	科目コード	1210	単位数	2
担当者名	小堀 雅浩	開講セメスター	第5セメスター	開講年次	3年次

● 授業のねらい

経済のグローバル化が進展するなか、日本企業の国際的な事業展開も一段と増えています。そうした事業展開で重要になるのがグローバル市場に対するマーケティングです。しかし、グローバル・マーケティングの実践には、国内マーケティングとは異質の困難さや問題があります。本ゼミでは、グローバル・マーケティングにおいて重要となる事項を理論的に学ぶとともに、サービス業や小売業などにおけるその戦略の展開と課題について考察します。今後、さらに進展するグローバル・マーケティングについて基本的な知識と考え方を養うことに主眼をおきます。

● 到達目標

- ・グローバル・マーケティングの全体像と主要な戦略事項について体系的・基本的な知識を修得する。
- ・実際に海外に進出している日系企業によるグローバル・マーケティング戦略の展開と問題点を把握し、理解を深める。
- ・資料収集、要旨作成、プレゼンテーション、質疑応答などのスキルを養う。

● 授業内容

- 1週目 ガイダンス
- 2週目 企業活動のグローバル化とグローバル・マーケティング
- 3週目 グローバル・マーケティング戦略の枠組み
- 4週目 グローバル市場環境の分析
- 5週目 グローバル・マーケティング・リサーチ
- 6週目 参入市場の決定
- 7週目 参入モードの決定
- 8週目 標準化戦略と現地化戦略
- 9週目 グローバル・ブランド戦略
- 10週目 グローバル知識移転戦略
- 11週目 グローバル・マーケティング組織の設計
- 12週目 サービス業のグローバル・マーケティング戦略
- 13週目 小売業のグローバル・マーケティング戦略
- 14週目 国家ブランドとしてのクールジャパン
- 15週目 新興市場に対するマーケティング戦略
- 16週目 グループごとの総括

● 準備学習(予習・復習)等の内容

各パートの担当者はテキスト、文献・資料、インターネットなどによって報告要旨をまとめて下さい。また、担当者以外の者はテキストを予め熟読し、不明な点や質問を整理・用意してください。詳細については初回のガイダンスにおいて指示いたします。

● 成績評価の方法・基準

担当するパートに関するレポートの作成とプレゼンテーション、質疑応答、参加意欲などに基づいて総合的に評価します。

● 履修上の留意点/課題に対するフィードバックの方法

ゼミの運営には、学生の積極的参加が欠かせません。運営の詳細については初回のガイダンスで話し合いますが、意欲的な参加精神と向学心を期待します。なお、授業出席が11週以上の者を成績評価対象にします。また、報告担当者の無断欠席は厳禁です。

● テキスト

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』（有斐閣）¥2,376

● 参考書

池尾恭一『入門・マーケティング戦略』（有斐閣）¥2,268

小田部正明・栗本契・太田一樹編著『1からのグローバル・マーケティング』（碩学舎）¥2,592

● 更新日付

2019/02/01 02:19