

科目名	コマース研究ゼミナール	科目コード	1211	単位数	2
担当者名	小堀 雅浩	開講セメスター	第6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。そうした事業展開において重要になるのが国際市場に対するグローバル・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では、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、とくにアジア市場に焦点を当てて、日本の代表的な製造企業、小売企業、外食企業、宅配企業のケース・スタディを通じて、グローバル・マーケティングや事業展開の方式と現況・課題について学習します。

● 到達目標

- ・アジア市場の状況・特質、およびアジア諸国における日本企業の事業展開 やグローバル・マーケティングの展開状況を把握する。
- ・国外での事業展開において直面した問題と対応策を学ぶことで国際ビジネスに関する見識やセンスを養う。
- ・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の向上 を図る。

● 授業内容

- 1週目 ガイダンス
- 2週目 アジア市場の特徴と競争状況
- 3週目 アジア市場における日本企業のマーケティング戦略の課題
- 4週目 中国における日系自動車企業のマーケティング・チャネル構築
- 5週目 インドにおける日系家電企業のマーケティング戦略
- 6週目 アジアにおける日系化粧品企業のマーケティング戦略(1) - 資生堂
- 7週目 アジアにおける日系化粧品企業のマーケティング戦略(2) - 花王
- 8週目 アジアにおける日系食品企業のマーケティング戦略
- 9週目 日系外食企業のアジア市場への進出(1) - モスバーガー
- 10週目 日系外食企業のアジア市場への進出(2) - 大戸屋、8 番ラーメン
- 11週目 アジアにおける日系小売企業の事業展開(1) - ファミリーマート
- 12週目 アジアにおける日系小売企業の事業展開(2) - イトーヨーカドー
- 13週目 中国における日系宅配企業の事業展開
- 14週目 アジアにおける日系企業のBOP (Base of the Pyramid) ビジネス戦略
- 15週目 前週までの報告うち未消化部分のフォローアップ
- 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

担当するテーマとケース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

特になし。

● 参考書

- マーケティング史研究会編『日本企業のアジア・マーケティング戦略』（同文館出版）¥2,700
- 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

● 更新日付

2019/03/14 02:26