

科目名	コマース研究ゼミナール	科目コード	1212	単位数	2
担当者名	小堀 雅浩	開講semester	第7semester	開講年次	4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進んでいます。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の拡張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

各ケースの担当者は参考書や配布資料、インターネットなどによってよく学習してレポートを作成してください。また、担当者以外の者は配布資料を予め熟読し、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

担当するケースに関するレポート、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。

● テキスト

特になし。

● 参考書

- 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
- 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

● 更新日付

2019/03/14 02:27