

講義名	新興国市場戦略論			授業形態	
担当教員	潘 志仁	開講期・曜日・時限	後期 木曜日 2時限		
		単位数	2	履修開始年次	2年生

主題と概要

【対面授業・オンライン共通】
2000年以降、新興国が目覚ましい成長をあげている。日本企業をはじめとする欧米の多国籍企業が相次いで新興国へと進出を続けている。しかし、日米欧の多国籍企業がどのように新興国に参入してきているか、実際どのように戦略を構築してきたかがあまり知られていない。そこで、日本企業がどのように新興国市場戦略を進めているかを明らかにする。本講義の狙いである。本講義はケーススタディを採用したい。「事業は小販より奇なり」というが、本講義を受講すれば、新興国市場の理論を読んでもわからない参入戦略の実態を知ることができる。本講義は基本的に日本企業をケーススタディとして取り上げるが、途中、講義する順番が変わりうることもあるかもしれない。

到達目標

【対面授業・オンライン共通】
講義の達成目標は、近年の新興国経済発展にともなう市場成長のさまざまな現象を捉えていくなかで、
 (1) 現在の新興国市場戦略の諸観点、
 (2) 市場戦略再構築の重要性、
 (3) 製造業と小売り企業の製品革新
 (4) 新興国市場開拓の課題を理解し、将来国際的に活躍できるビジネスマンとしての素養を育てるようになる。

提出課題

【対面授業・オンライン共通】
中間レポートと期末レポートを課します。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

【対面授業・オンライン共通】
授業中で解説を行う

評価の基準

【対面授業】
中間課題：4.0点、期末課題：4.0点、講義への関与度（質問・発言など）：2.0点
 【オンライン】
中間レポート：50点、期末レポート50点

履修にあたっての注意・助言他

【対面授業】 「授業中の出入りをする」、「私語をする」、「居眠りをする」と大人の態度と行動を遵守できない学生には、受講を強く遠慮願う。積極的に発言する学生は大歓迎する。
 【オンライン】
毎回しっかりと資料を読み込み、オンライン授業の動画を視聴して、疑問点があれば教員に質問してください。

教科書

・「使用しない」.

参考図書

その他

レジュメ配布

授業計画

- 【対面授業・オンライン共通】
1. 経済成長が目覚ましい新興国市場の重要性
 2. 外国企業と日本企業の新興国市場戦略の現状
新興国市場開拓における課題と新興国にむけた組織の再編成
 3. イオンのマレーシア市場開拓
ショッピングセンター開発による「創造的連続適応」
 4. イオンの中国市場発展
競合店舗と成功店舗にみる立地戦略の重要性
 5. イトーヨーカ堂の中国市場戦略
組織能力の構築と現地市場開拓
 6. セブン・レブンの中国戦略
顧客ニーズの差別化戦略と商品本部の機能
 7. ホンダの二輪車事業のASEAN戦略（1）
タイにおける販売と研究開発戦略
 8. ホンダの二輪車事業のASEAN戦略（2）
ベトナムにおける低価格モデルの投入とプラットフォーム戦略
 9. 日立の白物家電のインド戦略
ニーズを捉えた製品開発と機能を伝える販売
 10. コマツのプラフル戦略
ICT活用とサービス提供による顧客満足の実現
 11. 日本空調機器メーカーの中国戦略（1）
「ほかな」と「なるほど」と言わせるダイキン工業の中国参入戦略
 12. 日本空調機器メーカーの中国戦略（2）
ダイキン工業の営業戦略3原則
 13. 日本総合商社の中国戦略
伊藤忠商事の競争参加型の参入戦略ーファミリーマートをケースとして
 14. 新興国をどう考える製品・サービスを捉える戦略とは
現地ニーズの把握、現地ニーズを受けての製品開発、新興国販売網の重要性、標準化のバランス
 15. 新興国市場への基本戦略
適応と統合の統合、組織の現地適応、グローバル統合の追求

授業形態（アクティブ・ラーニング）

ア：PBL（課題解決型学習）	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

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

【対面授業・オンライン共通】
毎回の予習では、まず、事前に教員が指定する範囲を読んで、「ほんとうかな?」、「ちょっとおかしいよ」、「それはちがうじゃないかな」とマークを付けて質問を用意しておこう（2時間）。毎回の復習では「何が分かった?」や「何がまだ分らなかったか」と改めて教員に質問しよう（2時間）。
 そこで、上述したような目標を達成するためには、予習と復習に必要な4時間を確保しよう。
 中間レポートの準備時間：4時間
 期末レポートの準備時間：4時間

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

【対面授業・オンライン共通】
本授業の到達目標は、本学ディプロマ ポリシー「マーケティング動向、流通業界および関連業界の動向や問題点を理解するための専門知識を身につけ、これをもとに、マーケティング、ブランド戦略、小売業界、流通に関する問題探索、課題提案ができる。」に関連する。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

通学困難者向けに別途オンライン授業を実施する。
 オンライン授業は動画配信によって実施するが、授業動画、配布資料など、必要な連絡はRyukaポータル上の講義連絡で行う。

実務経験の有無及び活用

備考

【対面授業・オンライン共通】
オフィスアワー：水と木曜日12時15分から12時50分
 研究室メールアドレス：Zhiren_Pan@red.unds.ac.jp