

講義名	対1)国際マーケティング論			授業形態	
担当教員	潘 志仁	開講期・曜日・時限	前期 金曜日 3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】
 国際マーケティングと国内マーケティングは原理的に異なるものではない。では、なぜ国際マーケティングをあらためて勉強する必要があるのか、それはマーケティングの一般理論では説明できない特殊な問題領域があるからである。本講義ではグローバル・マーケティング・リサーチ、グローバル・セグメンテーションとポジショニング、グローバル・マーケティング戦略、グローバル市場参入戦略の4つを中心に取り上げつつ、日本企業が実際には、どのようにグローバル戦略を展開しているかを、イオンとイトーヨーカ堂を事例として取り上げる。講義にさいしては、特定の理論や立場に固執することをさける。いくつかの理論をとりあげ、国際マーケティングの理論と現象を例示的に説明するように努めていく。講義の進率は国際マーケティングに関心のある学生に絞り込んでいきます。

到達目標

【対面授業・オンライン共通】
 (1) 国際マーケティングの基礎知識を理解できるようになる
 (2) 国際マーケティング活動の実際を把握できるようになる
 (3) 国際マーケティング活動を自ら捉える行動力を見つづけることができる。

提出課題

【対面授業・オンライン共通】
 中間課題
 期末課題

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】
 授業中で講評・解説を行う

評価の基準

【対面】
 中間課題：40点、期末課題：40点、授業ディスカッションへの関与度：20点
 【オンライン】
 中間課題：50点、期末課題：50点

履修にあたっての注意・助言他

【対面授業】
 この講義においてオーラルラーニングを重視するので、学生と教員のディスカッションをしながら授業を進めていく。受講者は必ず毎回の授業にむけて予習と復習を心がけてください。「遅刻する」、「出入りする」、「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、要請を強く遠慮願います。
 【オンライン】
 履修しつらうリジュメを読み込み、疑問点があれば、遠慮なく教員に連絡してください。

教科書

・「使用しない」。

参考図書

その他

授業計画

1. 本講義のねらい
2. グローバリゼーションのなかの企業のグローバルマーケティングの重要性
3. グローバル・マーケティング・リサーチ (1)
4. グローバル・マーケティング・リサーチ (2)
5. グローバル・セグメンテーションとポジショニング (1)
6. グローバル・セグメンテーションとポジショニング (2)
7. グローバル・マーケティング戦略 (1)
8. グローバル・マーケティング戦略 (2)
9. グローバル市場参入戦略 (1)
10. グローバル市場参入戦略 (2)
11. イトヨーカ堂の海外参入戦略 (1)
12. イトヨーカ堂の海外参入戦略 (2)
13. イオンの海外参入戦略 (1)
14. イオンの海外参入戦略 (2)
15. まとめ

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）	

準備学習（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】
 予習では、まず、事前に教員が指定する範囲を読んで、全体の講義内容を知っておきます。つぎに、理論や概念の意味を中心に調べておくが、わからない単語・キーワード・概念は赤線で示したうえで、授業中、とくに集中して聞くようにします。さらに、その概念に関連する実際の動き・事実・実態について「ほんとうかな?」、「それは違うじゃないか」、「ちょっとおかしいよ」と疑問を持って読むように努力しましょう（1時間）
 復習では、授業では「何が分かったか?」や「何がまだ分からなかったか」を理論・概念と事実・実態に照らしながら、頭に叩き込みましょう。その日のうちに、しっかり復習しましょう（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3時間を確保しよう。
 中間レポートの準備：4時間
 期末レポートの準備：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、全学ディプロマ ポリシー「マーケティング動向、流通業界及び関連産業の動向や問題点を理解するための専門知識を身につけ、これをもとに国際参入戦略、マーケティング戦略、小売業界、流通に関する問題認識、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

進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

オフィスアワー：水曜日午後12時15分から12時50分、木曜日午後13時から14時30分
 研究室メールアドレス：Zhen_Pan@red.unds.ac.jp