

開講期間	配当年	単位数	科目必選区分
半期	3年	2	選択
担当教員			
吉岡 秀輝			
B (経営学科)	S (専門科目)	MK (マーケティング)	302 (上級科目)

授業のねらい (概要)	国内マーケティングとの違いや国際マーケティング特有の課題など国際マーケティングの枠組みについて概説したうえで、市場調査やターゲット市場の選定など戦略的マーケティングのマネジメントプロセスと市場参入戦略、国際的な企業の価格戦略、製品戦略、流通戦略、販売促進戦略などマーケティングミックスの概要について学ぶとともに、消費者行動における文化の影響と異文化間のマーケティング戦略やマーケティングコミュニケーションについて考察する。
授業計画	<p>第1回 オリエンテーション 授業の進め方に関するガイダンス グローバル・マーケティング論の方法論/国際化とグローバル化の違い、範囲と方法</p> <p>予習 (時間) : グローバル企業およびグローバル経営の一例を捉えておくこと。(120分) 復習 (時間) : グローバル・マーケティング論の方法と対象範囲を確認すること。(120分)</p> <p>第2回 マーケティングの基礎概念 マーケティング再考/マーケティングの定義、マーケティングの中心的活動は何か、セオドア・レビットによる概念規定、マーケティング・コンセプトの変遷、価値方程式</p> <p>予習 (時間) : マーケティングの定義を確認しておくこと。(120分) 復習 (時間) : 「戦略的マーケティング・コンセプト」の含意を把握しておくこと。(120分)</p> <p>第3回 グローバル・マーケティングの範囲 グローバル・マーケティングの類型と戦略/ブランド・ネーム、製品デザイン、製品ポジショニング、包装、流通、顧客サービス、部品調達</p> <p>予習 (時間) : ブランド、製品デザイン、製品ポジショニング、包装、流通、顧客サービス、部品調達の概念規定をしておくこと。(120分) 復習 (時間) : それぞれのマーケティング戦略を実践している企業の事例を整理し、理解しておくこと。(120分)</p> <p>第4回 なぜグローバル・マーケティングなのか グローバル・マーケティングの重要性/市場潜在力の意味、『フォーチュン』のグローバル企業500社の含意、市場規模の決定</p> <p>予習 (時間) : 企業はなぜグローバル化する必要があるのか、あるいは逆に、必要ないのかを考えておくこと。(120分) 復習 (時間) : 市場潜在力の意味とグローバル企業の盛衰事例を確認しておくこと。(120分)</p> <p>第5回 経営志向の概念 経営志向/経営志向の意味、H. V. パールミュッターの所説、本国志向、現地志向、地域志向、世界志向</p> <p>予習 (時間) : 経営志向の意味を考えておくこと。(120分) 復習 (時間) : 本国志向、現地志向、地域志向、世界志向それぞれの特徴を整理し、理解しておくこと。(120分)</p> <p>第6回 グローバル化の推進力 (その1) グローバル化の推進力 (1) /交通が企業のグローバル化に果たす意義、北米自由貿易協定 (NAFTA)、グローバル化の推進力 (テクノロジー、地域経済協定、市場のニーズと欲求、交通とコミュニケーションの改善、商品開発費、品質、世界経済の趨勢)</p> <p>予習 (時間) : 交通とグローバル企業の相互関係を考えること。(120分) 復習 (時間) : 地域経済協力がグローバル化の大きな推進要因となっている点を、他の諸要因とともに考察すること。(120分)</p> <p>第7回 グローバル化の推進力 (その2) グローバル化の推進力 (2) /梃子 (レバレッジ) 作用 (経験の移転、規模の経済、資源利用、グローバル戦略)</p> <p>予習 (時間) : グローバル化におけるレバレッジ要因について考えること。(120分) 復習 (時間) : 推進要因としての規模の経済の意味と、その実践事例を確認しておくこと。(120分)</p> <p>第8回 グローバル化の抑制力とは グローバル化の抑制力/経営的近視眼と組織文化、国家管理と障壁、「タイタニック」・シンドローム</p> <p>予習 (時間) : 企業の経営的近視眼とは、どのような状況をいうのかを考えておくこと。(120分) 復習 (時間) : グローバル化の抑止要因として作用する国家管理を理解し、保護障壁軽減の必要性を確認しておくこと。(120分)</p> <p>第9回 海外進出するうえでの考慮事項 国際ビジネスの決定基準/決定事項、生産拠点の移転、決定基準—政治的リスク、要素コストと条件</p> <p>予習 (時間) : 企業が海外進出する場合、どのような点に注意を払うべきか、またそれはなぜな</p>

	<p>のかを調べておくこと。(120分) 復習(時間): 海外進出基準の最重要事項としていかなる点があるのかを理解しておくこと。(120分)</p> <p>第10回 進出先市場の選択基準 進出先市場の選択/商品・市場プロフィール、市場選択の基準(市場潜在力、市場アクセス、集荷コストと時間、潜在的競争、サービス要件、商品の適合性)</p> <p>予習(時間): 市場プロフィールの意味するところを理解し、いかなる目的を有するのかを確認しておくこと。(120分) 復習(時間): 進出先での売上げ・収益に影響を及ぼす要因を確定するため、必要となるツールを理解しておくこと。(120分)</p> <p>第11回 海外進出の諸形態 直接投資と国際ライセンス契約/合併事業、100%出資現地子会社、ライセンス、本国製造商品と現地製造商品</p> <p>予習(時間): 日本企業による海外生産の事例を調べておくこと。(120分) 復習(時間): 近年の貿易赤字の原因の一つが、現地生産・販売のグローバル化に求められる点を確認しておくこと。(120分)</p> <p>第12回 日本企業の比較優位性 比較優位とは/国際分業と貿易利益、リカードの比較生産費説、日本の比較優位と比較優位の時系列変化</p> <p>予習(時間): 比較優位の概念を明確化しておくこと。(120分) 復習(時間): 時代の変遷により、日本企業の比較優位にいかなる変化が見られたかを確認しておくこと。(120分)</p> <p>第13回 グローバル・マーケティングとロジスティクス 調達の意義と重要性/物的流通、オーバーフローの危機、物流の定義、物流の機能、調達の定義、調達物流、かんぱん方式(“Kanban” system)、ジャスト・イン・タイム(just-in-time)</p> <p>予習(時間): 物流、調達の意味を理解しておくこと。(120分) 復習(時間): 物流(ロジスティクス)の目的は効率性の追求にある点を、各事例から理解しておくこと。(120分)</p> <p>第14回 グローバル・サプライチェーン・マネジメントが意味するもの サプライチェーン・マネジメント(SCM)/SCMの起源、経営問題、事例</p> <p>予習(時間): SCMの事例を調べておくこと。(120分) 復習(時間): グローバル・マーケティングとロジスティクスの関係を説明できるようにしておくこと。(120分)</p> <p>第15回 事例研究 総括/世界の自動車メーカーのグローバル戦略</p> <p>予習(時間): 第1回の講義からこれまでを総括して、疑問点の洗い出しをしておくこと。(120分) 復習(時間): 自動車メーカー各社の事例を確認しておくこと。(120分)</p>
授業を通して身に付けることができる能力(DP)	<p>1. 経営学の専門的知識を持ち、組織全体を見渡す能力 2. 経営資源(ヒト、モノ、カネ、情報)を多面的に理解し、活用できる能力</p> <p>【身に付くスキル】 グローバルな視野・情報活用能力</p>
到達目標	<p>①グローバル化という今日の時代的特徴を理解できる。 ②グローバル・マーケティングと通常のマーケティングの差異を理解できる。 ③経営志向の四つの類型を説明できる。 ④グローバル企業の事例を取り上げ、その特質を分析できる。 ⑤グローバル・マーケティングとの関連においてサプライチェーン・マネジメントの意義を説明できる。</p>
課題や小テスト等のフィードバックの方法	<p>小テストを随時、実施する。採点后、答案を返却して解説する。 授業の理解度を高めるための課題を出す。</p>
履修上の注意	<p>必要に応じて資料プリントを配付する。散逸しないようにファイルすること。また必要に応じて新聞や雑誌記事のコピーを配布して、内容を発展させた事柄も講義するのでノートをしっかり取ること。交通論および貿易論は、関連事項が多いので履修しておくのが望ましい。</p>
成績評価の方法・基準	<p>学期末に定期試験(筆記試験)を実施する。小テストを随時、行う予定でいる。また、レポートも課す。定期試験60%、小テスト20%、学修意欲20%の割合で総合評価する。</p>
教科書	<p>新流通・マーケティング入門 ISBN番号: 978-4-425-92561-2 著者名: 金弘錫・美藤信也・吉岡秀輝・田中敦之 出版社: 成山堂書店 発行年: 2017年 価格2800円</p>
参考書・教材	<p>【参考書】 『物流新時代とグローバル化』 著者名: 吉岡秀輝 出版社: 時潮社 発行年: 2017年 『現代マーケティングの論理』 著者名: 齊藤保明 出版社: 成文堂 発行年: 2015年</p>
備考	<p>講義科目</p>
教員との連絡方法	<p>メール、オフィスアワー</p>