

授業科目名 (講義題目)	国際マーケティング		開講学期 単位数	後期 2単位
担当教員	岩下 仁		講義コード	科目区分 対象学生
			17176024	
開講予定日	① 10/3 ② 10/10 ③ 10/17 ④ 10/24 ⑤ 10/31 ⑥ 11/7 ⑦ 11/14 ⑧ 11/21 ⑨ 11/28 ⑩ 12/5 ⑪ 12/12 ⑫ 12/19 ⑬ 1/16 ⑭ 1/23 ⑮ 1/30			
履修条件	特になし	キーワード	マーケティング、国際マーケティング、グローバリゼーション、製品開発、サービス、ブランド、広告	
全体の教育 目標	国際マーケティングの基本理論に始まり、消費者行動、製品戦略、マーケティング戦略に至るまで、国際マーケティング全般に関する習得を目指す。	個別の学習 目標	国際マーケティングに関する一連の理論と事例を学び、ビジネスに有用なマーケティング力を養う。	

授業の概要	<p>本講義では、国際マーケティングについて習得を目指す。最新の事例を踏まえながら、国際マーケティングの理論と事例を学習し、実務に有意義なマーケティング戦略のスキルを養う。</p> <p>講義の概要は、以下のとおりとなる。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① グローバル・マーケティングへの発展、グローバルな文化環境と購買行動 ② グローバル・セグメントとポジショニング、市場参入戦略 ③ マーケティング・プログラムの決定、および、プログラムの管理方法 ④ グローバル・マーケティング戦略 ⑤ ソーシャル・マーケティングを活かしたグローバル戦略 ⑥ グローバル調達戦略 ⑦ グローバルマーケティングリサーチ ⑧ 新製品開発、サービス戦略、コミュニケーション戦略、ブランド戦略 ⑨ ケーススタディ
授業の進め方	<p>上記のプロセスで、国際マーケティングの体系的な習得を目指す。一連の基本理論、事例、そして戦略を学んだ後、最終的には、ケーススタディを取り上げ、仮説構築とその検証方法までを学習する。なお、受講前に、基本的なマーケティングの知識については、習得していることが望ましい。</p>
教科書および 参考図書	<p>コトラー & ケラー 『A framework for Marketing Management』 (ピアソンエディケーション 2007)</p> <p>コトラー 『Marketing Management』 (ピアソンエディケーション 2001)</p> <p>小田部正明& K・ヘルセン 『Global Marketing Management』 (中央経済社 2010)</p> <p>等</p>
試験・成績評 価の方法等	出席 (15%)、発言・レポート (25%)、および筆記試験 (60%)