

授業科目	国際ビジネス論				単位	2		
履 修	選択	関連資格			ナンバリング	EN31403J		
開講年次	3	開講時期	前期	該当DP	DP1-1 DP2-1 DP3-1 DP4-1 DP4-2 DP4-3 DP5-1 DP5-2			
担当教員	柳 純							
授業概要	近年、国境を越えた企業等の活動は、製造業(主としてメーカー)のみならず、流通業ならびにサービス業にまで広がりを見せている。本講義は国境を意識した「国際化」と国境を意識しない「グローバル化」を明確にした上で、主として世界的に事業(ビジネス)を行っている企業等の国際マーケティングに着目して進めていく。また講義では、多国籍企業の国際マーケティング・ミックスから経営戦略にまで踏み込んで解説するとともに、特に現地消費者と密接な関係を有する小売企業について理解を深める。そして、国際市場に展開する企業等の当該国・地域への参入プロセス(参入方法・手段など)や参入後の活動ならびに課題について、事例を盛り込みながら解説する。							
学生が達成すべき行動目標	1.国際化とグローバル化の違いを認識し、国際市場について説明できる 2.自身の買物行動に照らし合わせて国際的商品の特性およびブランドを認識することができる 3.国際的に活動する企業等の事業内容を把握し、その動向や展開について事例を挙げる事ができる							
達成度評価								
評価と評価割合／ 評価方法	試験	小テスト	レポート	発表(口頭、プレゼンテーション)	レポート外の提出物	その他	合計	備考
総合評価割合	0	0	70	0	30	0	100	
知識・理解 (DP1-1)			20		5		25	
知識・理解 (DP1-2)								
知識・理解 (DP1-3)								
知識・理解 (DP1-4)								
思考・判断 (DP2-1)			30		15		45	
思考・判断 (DP2-2)								
関心・意欲 (DP3-1)			10		5		15	
関心・意欲 (DP3-2)								
態度(DP4-1)			2		1		3	
態度(DP4-2)			2		1		3	
態度 (DP4-3)			2		1		3	
技能・表現 (DP5-1)			2		1		3	
技能・表現 (DP5-2)			2		1		3	
技能・表現 (DP5-3)								
具体的な達成の目安								
理想的レベル				標準的なレベル				
国際市場ならびに企業等の国際的的事业について理解し、国際市場の拡大手段やその方法を事例を挙げて説明できる。				国際市場に関する基本的知識を有し、国際展開する企業等を挙げる事ができる。				
授業計画								
進行	テーマ・講義内容			授業の運営方法		学習課題(予習・復習)		予習・復習時間(分)
1	講義ガイダンス 講義概要や成績評価方法等の説明と簡単な問題			講義		配布資料ならびにテキストの当該箇所の確認とチェック		60

2	国際市場の視野(1) 国際市場の捉え方とその対象分野について解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
3	国際市場の視野(2) 国際調達と国際販売の仕組みについて解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
4	国際マーケティング概念(1) 国際マーケティングにおける「標準化」と「適応化」について解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
5	国際マーケティング概念(2) 国際市場参入方式と戦略要素について解説する	講義+個人ワーク	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
6	国際市場戦略の視角 多国籍企業の製品および製品開発について、事例を通じて解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
7	国際製品戦略(1) 多国籍企業の製品および製品パターンについて、事例を通じて解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
8	国際製品戦略(2) 多国籍企業の製品展開について、事例を通じて解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
9	国際製品戦略(3) 多国籍企業のブランドマネジメントについて解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
10	国際価格戦略 多国籍企業の価格戦略について、事例を通じて解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
11	国際チャネル戦略(1) 多国籍企業のチャネル選択について解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
12	国際チャネル戦略(2) 多国籍企業のチャネル戦略について、事例を通じて解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
13	国際プロモーション戦略(1) 多国籍企業の販売促進について分類ごとに解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
14	国際プロモーション戦略(2) 多国籍企業の広告戦略について、事例を通じて解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
15	国際マーケティング・ミックス 日系小売企業の事例を通じて国際市場参入について解説する	講義	配布資料ならびにテキストの 当該箇所の確認とチェック	60
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				

25				
26				
27				
28				
29				
30				
理解に必要な予備知識や技能	国際事情や国際ビジネスに関心を持ち、特に国際市場に関する新聞記事やニュースを読解する力。			
テキスト	柳純『小売企業の国際マーケティング-アジア進出の軌跡と国際知識移転プロセス-』同文館出版、2022年(2800円+税)			
参考図書・教材／データベース・雑誌等の紹介	小田部正明ほか編『1からのグローバル・マーケティング』碩学舎、2017年(2400円+税) 諸上茂登編『国際マーケティング・ケイパビリティ』同文館出版、2019年(2800円+税)			
授業以外の学習方法・受講生へのメッセージ	テキスト以外に講義資料を配布しますが、予習・復習に加えて、まずは、われわれの身の回りの商品やサービスを通じて、国際ビジネスや国際市場について関心をもつように心がけてください。			
達成度評価に関するコメント/課題に対するフィードバックの方法	レポートの評価は、①形式の遵守、②文章量の充実度、③事例における内容の充実度により、全体評価の70%で評価する。 課題は全講義中のうち数回課すが、①文章量の充実度、②内容の理解度により、全体評価の30%で評価する。 また上記回収後は「回答内容の傾向」を口頭にて公表する。 なお、課題やレポートについては、提出期限厳守を前提で課す。			

