授業科目	国際ビジネス論					実務家教員担当科目	-
単位	2	履修	選択	開講年次	3	開講時期	後期
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。						
授業形態	講義			授業方法	講義資料は Google Classroom にて事前に配信しますので、事前学習を行ってください。また課題・レポート提出に関しても Google Classroom を活用します。		

学生が達成すべき行動目標	
標準的レベル	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ことができる
理想的レベル	国際市場ならびに企業等の国際的事業について理解し、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。

評価方法・評価割合		
評価方法	評価割合（数値）	備考
試験		
小テスト		
レポート	70%	
発表（口頭、プレゼンテーション）		
レポート外の提出物	30%	
その他		

カリキュラムマップ（該当 DP）・ナンバリング											
DP1	○	DP2	○	DP3	○	DP4	-	DP5	-	ナンバリング	T021305J

学習課題（予習・復習）	1 回の学習目安（時間）
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	4

授業計画	
第 1 回	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
第 2 回	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
第 3 回	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
第 4 回	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
第 5 回	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
第 6 回	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
第 7 回	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
第 8 回	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
第 9 回	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
第 10 回	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
第 11 回	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
第 12 回	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
第 13 回	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
第 14 回	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
第 15 回	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
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-』同文舘出版、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』同文舘出版、2019 年（2800 円＋税）
課題に対するフィ	課題については、回収後「模範解答」および「回答内容の傾向」を口頭にて公表する。

ードバックの方法	
学生へのメッセージ・コメント	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。