地域問題特論Ⅳ

担当者 孫　飛舟

開講時期 前期　　**単　位** 1

●講義の概要

グローバル･マーケティング研究の既存文献を読む。そして、代表的な産業の事例を取り上げ、ケース・スタディを行う。必要に応じて、企業へのヒヤリング調査やフィールド･リサーチも行う。

●講義の到達目標

グローバル・マーケティングの専門理論を理解し、グローバルで展開している企業の経営活動を分析できる能力を身につける。進出先の国や地域の伝統、習慣、文化、法律などの要因が企業の現地でのオペレーションにどのような影響を与えるのかについて、現地調査に基づいて、考察するスキルを身につける。

●講義計画

第１回：グローバル・マーケティングの体系
第２回：標準化と現地適応化
第３回：カントリー・リスク
第４回：業界研究⑴自動車産業
第５回：業界研究⑵家電産業
第６回：業界研究⑶外食産業

●成績評価基準と方法

発表20点、ディスカッション20点、小レポート（毎回）30点、リサーチ、レポート30点

●テキスト又は参考文献

授業時に指示する。

●受講上の留意点

ヒヤリング調査、フィールド･リサーチへの参加は必須条件。