演習Ⅰ

担当者 孫　飛舟

開講時期 通年　　**単　位** 4

●講義の概要

前期ではテキストブックを使い、グローバル・マーケティングの一般理論を学習する。後期では自動車産業の事例研究を中心に進めていく。

●講義の到達目標

グローバル・マーケティングの一般知識を身につける。企業がグローバル経営を展開する際に、そのマーケティング活動を国や地域ごとにどのように行えばよいのかについて考え、提案できる力を身につける。修士論文作成の前段階の学習と位置付ける。

●講義計画

第１回：グローバル・マーケティングの背景と諸機会
第２回：グローバル経営におけるマーケティングの役割
第３回：グローバル・マーケティングへの進化プロセス
第４回：国際市場細分化戦略
第５回：グローバル・マーケティング・リサーチ
第６回：グローバル市場参入戦略
第７回：グローバル製品戦略
第８回：グローバル価格戦略
第９回：グローバル広告戦略
第10回：グローバル・ロジスティクス戦略
第11回：グローバル・マーケティングの組織
第12回：グローバル・マーケティングの調整と統制
第13回：グローバル情報システム
第14回：事例研究：先進国市場の開拓
第15回：事例研究：新興国市場の開拓
第16回：自動車産業の事例研究（１）自動車産業の誕生
第17回：〃（２）「T型Ford」の奇跡
第18回：〃（３）GMの逆襲
第19回：〃（４）トヨタ自動車の誕生
第20回：〃（５）自動車販売の神様：神谷正太郎
第21回：〃（６）販売組織の日米比較
第22回：〃（７）トヨタのアメリカ進出
第23回：〃（８）レクサス・ブランドの誕生
第24回：〃（９）ハイブリッド・カーのマーケティング
第25回：〃（10）新興国中国の自動車産業
第26回：〃（11）ホンダが作り上げた「4S店神話」
第27回：〃（12）上海フォルクスワーゲンの苦悩
第28回：〃（13）自動車交易市場の役割
第29回：〃（14）中古車市場の問題点
第30回：〃（15）地方市場の開拓

●成績評価基準と方法

発表20点、ディスカッション20点、前期レポート30点、学年末レポート30点。

●テキスト又は参考文献

テキスト：ジャン・クロード・ウズニエ、ジュリー・アン・リー著／小川孔輔・本間大一監訳『異文化適応のマーケティング』ピアソン、2011年。
参考文献：その都度紹介する。

●受講上の留意点

予習と復習をしっかり行うこと。そして、『日本経済新聞』を読むこと。