

授業科目名： **グローバル・マーケティング**

科目区分： グローバル・ビジネス（コア）

必修・選択の別： 選択

配当年次： 1・2 年次

単位数： 1 単位（学習期間 1/2 学期）

担当教員： [川久保 カロリーナ](#)

オフィスアワー（授業相談の受付）：

e ラーニングサイトおよびメールでの質疑応答を受け付けています。

（メールアドレスは大学院グループウェアのアドレス帳でご確認ください）

## 1.授業の概要

グローバル・マーケティングで取り扱う内容は、企業活動の空間的拡大の内容の変化に対応して、輸出業務に関連する内容を取り扱った「輸出マーケティング(貿易実務論)」、「輸出マーケティング」に現地生産・現地販売の方法を加えた「国際マーケティング」、「国際マーケティング」にグローバルに展開した世界各国の拠点間の統合・調整を加えた「グローバル・マーケティング」へと拡大してきた。

このコースではグローバル・マーケティングの必要性、基礎理論、戦略とリスクの基本を学んでいます。日本企業の視点から見て、ヨーロッパ、米国とアジアを中心に、様々な成功・失敗例を紹介し、ケーススタディーメソッドを通じて実際の戦略について勉強できます。常には理論的なモデルだけではなく、経営者が毎日仕事で遭うチャレンジも討論されていますので、現在マーケティングで勤めている、もしくは将来に勤めたい方に向いているクラスとなります。

## 2.学習目標

この授業の到達目標は、受講生がマーケティング活動(価値を相手に合わせて適切に創造し、正確にその内容を伝え、適切な価格で、送り届けるための活動、いわゆるマーケティングの 4 つの P(商品、価格、流通チャネル、プロモーション)とその戦略の範囲が世界中に拡大していく中で、自らが世界中でマーケティングを行うために、いかにしてマーケティング戦略を作成していくか?さらに、その戦略をしっかりと活用していくのか? ということを理解することです。

グローバル・マーケティングとは、グローバルな視野に基づくマーケティングであり、国・製品・参入形態の選定に関する配置の課題、各国の市場にいかにか適合し、市場開拓していくのか、複数国で展開されるマーケティングをどう統一的に調整し管理していくのか、拠点間でのノウハウの移転・共有をいかに行うのかというグローバル・マネジメントの領域までを含んでいます。本授業の目的は、グローバル・マーケティングの理論を学び、ケースを通じて、企業のグローバルなマーケティング活動の実態と課題について学ぶことにあります。

## 3.授業計画

### 第 1 章

- ・なぜ日本企業には国際化が必要か

急速に高齢化する社会のため、日本の国内市場は今後数年間で縮小しよう予想できます。さらに、中国や韓国など他の国々との競争も激しくなってきました。その結果、日本はより積極的に国際化に力を入れることやグローバルなマーケティング能力を高める必要性についての講義です。

### 第 2 章

- ・海外の市場や顧客の選び方

グローバル・マーケティングとは何か等について説明します。企業活動のグローバル化の実態、促進要因、枠組みについて理論を学びます。グローバル・マーケティング・リサーチの目的とプロセスについて学びます。環境分析 環境要因の分類と

書く環境要因について学びます。

### 第3章

・マーケティングチャネルや営業戦略

品質が高い製品を持っていることだけではグローバル・マーケティングに物足りません。実際に売り上げを伸ばすため、マーケティングチャネルや営業戦略についての知識は不可欠でしょう。この講義では海外営業の特徴や事例について学びます。

### 第4章

ヨーロッパ市場におけるケーススタディの分析

海外市場はとて多様性があり、どこでも同じ戦略が効率的ではないでしょう。品質、サービスや「和」の美学で勝つことができるヨーロッパ市場の参入事例について学びます。

### 第5章

・日本企業にとってのアジアにおける市場チャンスやリスク

ゲストスピーカーはアジアマーケティング(バングラデシュの事例)について講義します。

### 第6章

・ケーススタディ(欧米やアジア)

この講義では欧米やアジアで大成功した日本企業の事例をいくつか細く分析し、グローバル・マーケティングのコツについて説明します。

### 第7章

・パネルディスカッション

最後の講義では他の専門家と一緒に日本という国や日本企業の国際化やマーケティングのチャレンジについて討論します。

## 4. 受講上の留意点

大学の既定のスケジュール通りに遅延なく受講してください。

## 5. 成績評価基準

出席状況(20%)+ディスカッション(40%)+期末レポート(40%)

## 6. 必読書籍・参考書籍

必読書籍：Doole, I. and Lowe, R., 2008. International marketing strategy : analysis, development and implementation. Cengage Learning EMEA.

参考書籍：特にありません。

## 7. その他

特にありません。