

科目基本情報	科目名	期別	曜日・時限	単位
	アジアの企業と文化	集中	集中	2
	担当者	対象年次	授業に関する問い合わせ	
	-桑原 浩	3年	e9wahara@gmail.com	

学びの準備	ねらい 日本企業と多国籍企業が東南アジア、東アジア諸国でマーケティング活動を行った事例に焦点を当て、特に各地域の文化的背景とマーケティングとの関係を議論しながら、グローバルマーケティング論の基礎的概念の習得を目指します。	メッセージ 日本企業のアジア圏でのマーケティング活動のリアルな現実を、事例を通じて学ぶ集中授業です。授業は、基本的に毎日、次の順序で行われます。講義⇒グループワーク⇒グループ別発表⇒宿題。特に、グループワークとグループ発表に、積極的に参加できる学生を歓迎します。
	到達目標 1. グローバルマーケティングに関する基盤的知識を理解できること。 2. 実際のアジア地域のマーケティング活動に対して、活用可能なマーケティング概念を理解できること。	

学びの実践	学びのヒント 授業計画		
	回	テーマ	時間外学習の内容
	1	オリエンテーション	
	2	消費者行動への越境的な視点（1）（講義、グループワーク）	
	3	消費者行動への越境的な視点（2）（グループワーク、発表）	第一回宿題
	4	国のセグメンテーションとターゲットティング（1）（講義）	
	5	国のセグメンテーションとターゲットティング（2）（グループワーク）	
	6	国のセグメンテーションとターゲットティング（3）（発表）	第二回宿題
	7	国内市場のセグメンテーションとターゲットティング（1）（講義）	
	8	国内市場のセグメンテーションとターゲットティング（2）（グループワーク）	
	9	国内市場のセグメンテーションとターゲットティング（3）（発表）	第三回宿題
	10	ポジショニング（1）（講義）	
	11	ポジショニング（2）（グループワーク）	
	12	ポジショニング（3）（発表）	第四回宿題
	13	ブランディング（1）（講義）	
	14	ブランディング（2）（グループワーク）	
	15	ブランディング（3）（発表）	第五回宿題
16			

テキスト・参考文献・資料など
 資料、講義ノート等をテキストとし、プリントで提供します。以下、参考文献です。
 『グローバル・マーケティング入門』 相原 修・嶋 正・三浦 俊彦 著、2009年発行、日本経済新聞出版社
 『日本企業のグローバル・マーケティング』 グローバルマーケティング研究会著、大石芳裕（編集）、2009年発行、白桃書房

学びの手立て
 マーケティングの入門科目が履修済みの学生を想定して授業が行われます。これまでマーケティング関係の科目を履修していないが本科目を履修したいと望む学生は、必ず初回授業でそのことを教員に連絡し、適当な指示を受けてください。講義前に必ず講義ノートを読んだうえで授業に参加してください。

評価	1) グループワークへの参加と発表（毎日） 50% 2) 宿題（毎日1課題、計5回） 50%
----	---

学びの継続
 次のステージ・関連科目