

国際マーケティング論		講義	教授 岡野 武志
科目カテゴリー	国際ビジネスコースの選択 必修科目	科目ナンバリング	23100201

1. 授業のねらい・概要

経済のグローバル化・ボーダレス化が進み、世界全体を市場と捉えた経済活動が活発化して、企業間の国際的な関係も緊密かつ複雑になっている。この講義では国際的に見た日本の経済・産業の特徴や日本企業の国際的な活動等を中心に、グローバルな経済活動の事例や市場動向などについても考察し、社会で活躍するための基礎力を養うことを目的とする。なお、この科目の履修にあたっては、「マーケティング論」を履修しておくことが望ましい。

2. 授業の進め方

事前に提供または指定された資料を予習していることを前提に、授業では重要なポイントの解説や関連事例等についての考察を重視し、テーマについての質疑応答やディスカッション等も積極的に行う。また、理解の定着と考える力の向上を図るため、各回授業の終了後に小レポートを課し、その結果を成績評価にも反映させる。

3. 授業計画

1. イントロダクション / 世界経済の概観	9. 海外展開とカントリーリスク
2. 日本の国際収支構造	10. 保護主義と経済協定
3. 国際市場の規模と取引	11. インバウンドとブランディング
4. 日本企業の製品輸出	12. 情報化とプラットフォーム
5. 日本企業の海外生産	13. サービス化とXテック
6. 政府援助と直接投資	14. フットプリントとマイレージ
7. サプライチェーンの国際化	15. 総括 / SDGs と国際マーケティング
8. 標準化と国際規格	

4. 準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

各回の授業を受講する前に事前に提供または指定された資料を予習し、関連する事項やニュース等を調べておくこと。授業終了後には授業で取り扱った内容を振り返りながら小レポートを作成・提出するとともに、関心を持った事項等について掘り下げて理解を深めること。これらの予習・復習等には、それぞれ2時間以上を要する。

5. 課題（試験やレポート等）に対するフィードバックの方法

小レポート及び期末レポートの趣旨や課題については授業の中で説明する。

6. 授業における学修の到達目標

国際マーケティングの基本的な概念を理解し、これらの概念を用いて企業等の活動を考察し説明できる。

7. 成績評価の方法・基準

授業への取り組み姿勢（小レポートへの評価を含む：60%）と期末レポートの評価（40%）を総合して評価する。

8. テキスト・参考文献

教科書は指定せず、各回の講義に用いる資料は会場で表示する。参考文献等は必要に応じて授業内で紹介する。

9. 受講上の留意事項

新聞やTV番組、インターネット上の情報等を活用し、日頃から国際マーケティングに関連する事項に関心を持つこと。

10. 「実務経験のある教員等による授業科目」の該当の有無

該当する。この授業は金融機関，経営企画，調査研究（シンクタンク）等における実務経験を活かして指導する。

11. 卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連

上記の「科目カテゴリー」欄の記載のとおり。