

授業概要

グローバル・マーケティングについて基本的な講義をした後、Coca Cola, Apple, Disney といった身近な具体事例に触れながらグローバル・マーケティングについて講義する。そのため後半の講義タイトルには、主に検討する具体的な企業名を記してある。なお履修者が自ら考える機会を作るためにグループワークを数回おこなう。

授業計画

第1回	ガイダンス
第2回	グローバル・マーケティングとは
第3回	日本企業の抱える問題
第4回	グローバル・マーケティングの分析枠組み
第5回	Coca Cola のグローバル・マーケティング
第6回	マーケティングとブランド
第7回	Twitter を用いた消費者インサイト調査
第8回	Apple のグローバル・マーケティング
第9回	ケーススタディ「世界展開すべきかどうか」
第10回	Abercrombie & Fitch のグローバル・マーケティング
第11回	Disney のグローバル・マーケティング
第12回	ケーススタディ「顧客満足を高めるには」
第13回	Amazon のグローバル・マーケティング
第14回	吉野家のグローバル・マーケティング
第15回	まとめ
第16回	期末試験

到達目標

グローバル・マーケティングの学習を通して、グローバルで活躍できる人材となるために必要な基本的知識を身につけること。自分の考えを表現できるようになること。

履修上の注意

授業を開始してから 10 分以降の入室は禁止する。入室したとしても出席者扱いしない。また授業中に私語・飲食等を確認した場合、退出してもらうことがある。授業を 5 回以上欠席した者には評価を出さない（事情がある場合は欠席届を提出すること）。

予習復習

板書の内容を理解し、実際にそうであるかどうかをお店に行ってみて「体感」すること。

評価方法

グループワーク：10%、平常点：30%、レポートまたは最終試験：60%（選択制）。

テキスト

指定なし。

