

[科目名] グローバル経営論		[単位数] 2 単位	[科目区分] 専門科目 基幹科目
[担当者] 金崎 賢希 Kanezaki, Masaki		[オフィス・アワー] 時間：集中講義のため講義前後の休み時間 場所：講義教室ないし講師控室	[授業の方法] 講義

**[科目の概要]**

1980 年代以降、運輸・通信技術の発達および貿易投資環境の改善により、市場と生産のグローバル化が急速に進み、企業経営に大きな「機会」を(売上増大、コスト削減、イノベーションの面で)もたらしてきました。

日本企業もこの機会をとらえようと、海外事業を拡大させてきました。1990 年から 2010 年までの間に、日本企業の海外現地法人数は約 8000 社から約 2 万社に、同じく従業員数は約 150 万人から約 500 万人に、同じく売上高は約 70 兆円から約 200 兆円に増えました。

今後も海外事業を強化したいと考える企業は多く、事業活動全体に占める海外の比重はますます高まっていくでしょう。しかし、一方で、外国企業との競争や国際ビジネス特有の難しさから、思うように収益を向上できない企業も数多く存在します。そこで、本講義では、主に日本企業が弱いとされる国際市場におけるマーケティングに焦点を当てます。

**[「授業科目群」・他の科目との関連付け]・[なぜ、学ぶ必要があるか・学んだことが、何に結びつくか]**

近年、海外赴任をしたくない若手社員が増えています。新入社員を対象にしたあるアンケート調査によれば、海外赴任したくない若手社員の割合は 60% 近くに達します。企業活動の国際化が進んでいるにもかかわらず、日本の若者は内向き志向になっています。グローバル化の波に乗り遅れないよう、本講義を通じて海外に関心を向け、活躍の場を広げていってください。

**[科目の到達目標(最終目標・中間目標)]**

- グローバル化の意味とそれが企業経営にもたらす機会と脅威
- 国ごとに異なる事業環境の違いを活かし、企業の利益につなげるマーケティング戦略
- グローバル・マーケティング戦略を実行する組織
- 研究開発、生産、ロジスティクス、人的資源管理、などに及ぼす影響

について、理解を深めることを目標とします。

**[学生の「授業評価」に基づくコメント・改善・工夫]**

実際に企業がどのようにグローバル市場を開拓しようとしているのか、出来るだけ平易に、かつ学生にとって身近な問題となるように、日本企業やその他の国々の企業の取り組みを紹介していきます。

**[教科書]**

なし。教材は教員配布の資料を用います。

**[指定図書]**

- ①小田部正明他『国際マーケティング』 積水堂、2010 年。
- ②イン・アーロン&ユージン・D・ジャッフ『グローバル戦略市場経営』 千倉書房、2016 年。
- ③大石芳裕『実践的グローバル・マーケティング』 ミネルヴァ書房、2017 年。
- ④チャールズ・W・ヒル『国際ビジネス』(1巻～3巻) 楽工社、2013～14 年。
- ⑤小田部正明他『1からのグローバル・マーケティング』 積水堂、2017 年。

**[参考書]**

講義時に指示します。

**[前提科目]**

なし。経営戦略論、マーケティング論の単位を取得していることが望ましい。

**[学修の課題、評価の方法] (テスト、レポート等)**

講義終了後のレポートと講義時における提出物をもとに評価を行います。

- 講義終了後のレポートについて(40%)

- 授業内提出物について(60%)

- ・授業への出席・参加・理解度を見るためのものです。

- ・内容は授業の応用問題です。

- ・1回につき、15点で点数をつけます。出席・提出しただけでは点数になりません。内容で判断します。

- ・回数は4回程度を予定しています。

**[評価の基準及びスケール]**

提出物・期末テスト・授業への貢献度の合計点によって、成績評価を行います。

A:100~80、B:79~70、C:69~60、D:59~50、F:49~ 0

**[教員としてこの授業に取り組む姿勢と学生への要望]**

企業活動のグローバル化は、一部の企業や人のものではありません。青森県が得意としている農林水産業、観光などに携わる人も海外市場に深くかかわるようになっています。学んだことを活かして、卒業後に社会で活躍してください。なお、スマートフォンの操作など、講義に関係のないことをしている学生には退出していただきます。

**[実務経歴]****授業スケジュール**

第1回	テーマ(何を学ぶか): グローバル化する世界と企業の経営課題 内 容: グローバル化が企業経営にもたらす機会と脅威、国際経営特有の課題について 教科書・指定図書: 配布資料他、講義時に指示します(以下、同じ)
第2回	テーマ(何を学ぶか): グローバル・マーケティングとは 内 容: グローバル市場におけるマーケティングの事例について 教科書・指定図書:
第3回	テーマ(何を学ぶか): グローバル市場の把握(1) 内 容: 国による社会文化の違いについて 教科書・指定図書:
第4回	テーマ(何を学ぶか): グローバル市場の把握(2) 内 容: 国による政治経済環境の違いについて 教科書・指定図書:
第5回	テーマ(何を学ぶか): グローバル市場の把握(3) 内 容: グローバル市場における市場調査について 教科書・指定図書:
第6回	テーマ(何を学ぶか): グローバル市場の把握(4) 内 容: グローバル市場におけるセグメンテーションについて 教科書・指定図書:
第7回	テーマ(何を学ぶか): グローバル市場の攻略(1) 内 容: グローバル・マーケティングの基本戦略について 教科書・指定図書:
第8回	テーマ(何を学ぶか): グローバル市場の攻略(2) 内 容: グローバル市場への参入方法について 教科書・指定図書:
第9回	テーマ(何を学ぶか): グローバル市場の攻略(3) 内 容: グローバル市場における製品開発について 教科書・指定図書:
第10回	テーマ(何を学ぶか): グローバル市場の攻略(4) 内 容: グローバル市場におけるブランドについて 教科書・指定図書:
第11回	テーマ(何を学ぶか): グローバル市場の攻略(5) 内 容: グローバル市場における価格について 教科書・指定図書:

第12回	テーマ(何を学ぶか): グローバル市場の攻略(6) 内 容:グローバル市場における流通、ロジスティックスについて 教科書・指定図書:
第13回	テーマ(何を学ぶか): グローバル市場の攻略(7) 内 容:グローバル市場におけるコミュニケーションについて 教科書・指定図書:
第14回	テーマ(何を学ぶか): グローバル・マーケティングの実行 内 容: グローバル・マーケティング戦略を実行する組織について 教科書・指定図書:
第15回	テーマ(何を学ぶか):これまでのまとめ 内 容:これまでのまとめ 教科書・指定図書:
試 験	レポートの提出をもって試験に代えます。