

農産物国際マーケティング特論 (2単位)

担当者氏名 平尾正之・渋谷往男

◆学習・教育目標

学部レベルのマーケティングの理論を基礎に、グローバルビジネスにおける農産物マーケティングを考える上で必要となる、基礎的な理論を習得する。国際的な視点からマーケティング戦略を考える力を養う。

◆取り扱う領域 (キーワードで記載)

マーケティング戦略 グローバリゼーション マーケティング・リサーチ

◆授業の進行等について

	テーマ	内容	授業のねらいまたは準備しておく事項
1	グローバリゼーション	原著から章を抽出した翻訳本の内容に沿って演習形式で授業をすすめる。各章を2回で実施し、1回は全体の理解と議論、2回は補論や課題について議論する。	演習形式で実施するので、報告者は事前にプレゼンテーション資料を準備するとともに、参加者は該当部分を読んで参加する。
2	グローバル・マーケティング・リサーチ		
3	グローバル・セグメンテーションとポジショニング		
4	グローバル・マーケティング戦略		
5	グローバル市場参入戦略		
6	グローバル・ソーシング戦略		
7	グローバルビジネスとインターネット		

◆教科書及び資料 (授業前に読んでおくべき本・資料)

書名／著者／発行所 (発行年)

グローバルビジネス戦略／小田部正明・クリスチアン・ヘルセン／同文館 (平成13年)

(Global Marketing Management (Second Edition)/Kotabe・Helsen/WILEY)

◆授業をより良く理解するために便利な参考書・資料等

書名／著者／発行所 (発行年)

◆評価の方法 (レポート・小テスト・試験・課題等のウェイト)

担当部分の報告 (50%) と授業への積極的参加度 (50%) で総合評価する。

◆その他受講上の注意事項