

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 (到達目標を記載)

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)

国際マーケティング グローバリゼーション マーケティング戦略

◆授業の進行等について

	テーマ	内容	準備学習(予習復習)等の内容と分量
1	オリエンテーション	授業の進め方、準備方法等の説明	各項目2回で演習形式で実施する。1回目は内容を理解するため事前に参考書の該当部分を良く読んで参加する。2回目は、1回目の授業の内容をふまえて各討論問題について自分なりの考えをまとめて参加する。
2	グローバリゼーション	グローバル・マーケティングが国際、多国籍企業のマーケティングとの違いを学ぶ。	
3	(2, 3)		
4	グローバルマーケティング・リサーチ(4, 5)	グローバル・マーケティングにおけるリサーチについて学ぶ。	
5			
6	グローバル・セグメンテーションとポジショニング(6, 7)	グローバル市場におけるセグメンテーションとポジショニングについて学ぶ。	
7			
8	グローバル・マーケティング戦略(8, 9)	グローバル・ビジネスのマーケティング戦略の特徴を学ぶ。	
9			
10	グローバル市場参入戦略(10, 11)	グローバル市場への市場参入戦略について学ぶ。	
11			
12	グローバル・ソーシング戦略(12, 13)	グローバル・ビジネスにおけるソーシング戦略について学ぶ。	
13			
14	グローバル・ビジネスの実際(14, 15)	グローバル・ビジネスの事例について学ぶ。	
15			

◆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)

必要に応じて授業の中で示す。

◆評価の方法 (レポート・小テスト・試験・課題等のウェイト)

報告の内容 (50%)、レポート (50%)

◆オフィスアワー

月曜日3時限 (事前に予約すること)

◆その他受講上の注意事項