

《単位互換提供科目詳細（シラバス）》

*科目 No.	2126
---------	------

科目概要記入欄

1. 開設大学	広島大学 経済学部		開催 方法	<input type="checkbox"/> 対面 () -			
				<input checked="" type="checkbox"/> オンライン (録画) <input type="checkbox"/> 対面 () ・録画			
2. 科目名	正式科目名	マーケティング論 2			クラス名	2 年次	
	副題				配当年次		
	旧科目名	受入学年					
	学問分野	番号	24	名称	商学・経営		
	サテライトで開講される科目の科目群			A群	B群		
3. 担当教員名	徐 恩之						
4. 単位数	2 単位		5. 開講学期	後期			
6. 開講期間 曜日・時間	2021年10月8日(金)～2022年2月4日(金) 金曜日 18:00～19:30						
個別開講日	1回目 10/8	2回目 10/15	3回目 10/22	4回目 10/29	5回目 11/5	6回目 11/12	
	7回目 11/19	8回目 11/26	9回目 12/3	10回目 12/10	11回目 12/17	12回目 12/24	
	13回目 1/7	14回目 1/21	15回目 1/28	16回目 /	試験日	2/4	
7. 基礎知識の有無	1. 「基礎知識を必要とする科目」 (マーケティング論 1)						
8. 募集人数 (総授業定員)	5 人 ()		9. 定員超過時の 選考方法	書類選考			
10. 科目内容・ 授業計画	<p>製品・サービスが、世界中で売り出され国家や政治の国境を越えて急速に普及されている。本講義では、今の国際市場環境を理解し、事例と理論を通じてグローバル消費者の行動や多国籍企業の戦略に関する知識を深める。よって、本講義の目的は、次の2つである。1) 国際マーケティング環境を理解する、2) 国際マーケティングに関する諸理論を理解し、企業活動の分析に応用することができる。</p> <p>第1回 グローバリゼーションについて 第2回 グローバル文化環境と購買行動 第3回 グローバル・マーケティング・リサーチ① 第4回 グローバル・マーケティング・リサーチ② 第5回 グローバル・セグメンテーションとポジショニング 第6回 グローバル・マーケティング戦略 第7回 グローバル市場参入戦略 第8回 ケース発表会① 第9回 グローバル調達戦略 第10回 グローバル製品政策決定 1 第11回 グローバル製品政策決定 2 第12回 グローバル価格設定 第13回 世界の消費者とのコミュニケーション 第14回 グローバル・ロジスティクスと流通 第15回 ケース発表会</p>						
11. 試験・評価方法	グループ発表：30%、レポート：20%、受講態度：10%、期末テスト：40%						
12. 別途負担費用	なし						
13. その他特記事項	主要テキスト：小田部正明・K. ヘルセン(2010) 国際マーケティング 碩学舎 参考図書：三浦 俊彦, 丸谷 雄一郎, 犬飼 知徳 (2017) グローバル・マーケティング戦略 有斐閣アルマ 諸上 茂登(2013) 国際マーケティング講義 同文館出版						
14. サテライト科目の 社会人受講について	科目等履修生(単位付与)として受け入れ				可	否	
	聴講生(単位認定不要)として受け入れ				可	否	