

単位申請願の申請の番号と
一致させて記入すること

単位認定希望科目概要(記入例)

時間数の計算が合っているか
必ずダブルチェックすること

申請No	③	留学先の科目名 (原文および英文で記入)	International Marketing	
担当教員名	Prof. Paul Smith(Professor of Marketing and Strategies)			
氏名	商学太郎	成績評価と評価基準	A (90-95 / 100) ※100点満点中90~95点の 評価	
学年・所属(予定) コース	グローバルビジネス	(1) 講義時間(1回あたり) ※授業形式ごとに記載	講義形式90分、ゼミ形式120分	
留学先大学	ABC University	(2) 授業回数(1週間あたり) ※授業形式ごとに記載	講義形式 週1回 ゼミ形式 隔週で計5回	
留学先大学の所在 国・地域・都市名	アメリカ カリフォルニア州 サンディエゴ	(3) 授業期間(週) ※授業形式ごとに記載	15 週	
留学期間	2023年9月~2024年6月	(4) 総時間数 (1) x (2) x (3)	1,950 分	

概要・到達目標(Overview and Objectives) ※英文以外の場合は和訳すること

This course covers the fundamentals of marketing theory, concepts and management as applied to marketing's strategic role in meeting customer needs in the international market, including product (goods and services), price, promotion, distribution, consumer, segmentation, positioning, ethics, research. Includes case studies, field works and creation of an actual marketing plan.

授業の内容・スケジュールとトピック(Course content/schedule and Topics) ※英文以外の場合は和訳すること

Week 1. Introduction of Global Marketing
Week 2. STP Marketing (Segmentation, Targeting, Positioning) part 1
Week 3. STP Marketing (Segmentation, Targeting, Positioning) part 2
Week 4. 3C+ Marketing (Customer, Company, Competitor, Channel, Cooperator)
Week 5. 4P Marketing (Product, Price, Promotion, Place) part 1, Cosmetics market
Week 6. 4P Marketing (Product, Price, Promotion, Place) part 2, Toiletries market
Week 7. 4P Marketing (Product, Price, Promotion, Place) part 3, Apparels market
Week 8. Analysis of Management Strategy (SWOT, 5 Forces, etc.)
Week 9. Internet Marketing (Case study 1: Amazon, eBay, Rakuten)
Week 10. Internet Marketing (Case Study 2: Google, Yahoo, Baidu)
Week 11. Global Marketing (Model and History)
Week 12. Global Marketing (Logistics and Information Technology)
Week 13. Global Marketing (Americas and Europe)
Week 14. Global Marketing (Asia and other Emerging countries)
Week 15. Wrap-up and Review for Final Exam

宿題・課題(Assignments) ※英文以外の場合は和訳すること

Week 6. Report 1 (4P Marketing Analysis on Brewery industry in UK)
Week 13. Report 2 (Global Marketing Company Case Study: P&G)

教科書・参考書(Course Materials)

Required Textbook: Principles of Marketing, 10th ed., by Samantha Silva

評価基準と評価システム(Grading system) ※英文以外の場合は和訳すること

<評価基準>

Final Exam: 30%, Midterm Exam: 30%, Assignments: 10% \times 4=40%.

<評価のシステム>

A = 93 - 100% A- = 90 - 92.99% B+ = 87 - 89.99% B = 83 - 86.99%

B- = 80 - 82.99% C+ = 77 - 79.99% C = 73 - 76.99% C- = 70 - 72.99%

D+ = 67 - 69.99% D = 63 - 66.99% D- = 60 - 62.99% F = below 60%

この授業を受けて頑張ったこと・感想など

授業時間は90分ということで、商学部で受講していた授業とほとんど同じ時間の授業時間だったが、次回の授業に向けての授業準備が大変だった。授業前の準備として、授業で扱う企業に関する動画の視聴や、授業に関連した論文やニュース記事の熟読が必須であり、授業終了後に図書館で事前準備によく取り組んでいた(図書館はキャンパス内にあり、遅くまで開室しており寮から近くほぼ毎日通っていた)また、授業ではディスカッション形式の授業が多く、毎回多くの学生が自分の意見を授業中に発言していた。最初は自分の英語力に自身がなく発言することが難しかったが、勇気を出して発言した際に教授にいい意見だと言ってもらえたことに自信をもてた。この授業では、マーケティングの中でも特にインターネットマーケティングに特化した内容だったので興味がある学生は受講することをお勧めする。

本資料は、承認された場合
匿名で閲覧資料として公開する予定です。
今後留学を考えている学生向けに
授業内容・感想やアドバイス等を記載ください!

※Word ファイルは科目毎に分けて提出すること

科目ごとに
ワードファイルを作成して
提出すること