

3 鈴木 仁里 演習室

国際マーケティング戦略研究

鈴木 仁里

1. 研究内容

私たちの日常の暮らしに役立つ製品やサービスを提供することで「豊かさ」をもたらしている国境を越えて活動する多国籍企業は、どのような国際マーケティング戦略を実践しているのだろうか【実態】。また、そのような活動の仕組みやメカニズムはどのようなものであるか【理論】。私たちなら、新たにどのようなアイデアや解決策を提案できるか【応用】。本演習では、国際マーケティング戦略に関わる【実態】【理論】【応用】の往復運動を繰り返しながら、将来、グローバルに活躍するための本質的な力を習得する事を目標とする。

国境を越えて活動する多国籍企業に関する記事や、基本的な文献や論文などの読解、企業へのインタビューや消費者へのアンケート調査、統計的・定性的分析、論文執筆、プレゼン、他ゼミとの合同研究発表会等の活動をグループで取り組むプロセスの中で以下3つの能力を学生自らが主体的に身に付けていく事を期待する。

- ① 自ら考え積極的に取り組む姿勢（自主性）
- ② 仲間の考えや価値観を受け入れて協働する姿勢（協調性）
- ③ 国際的な知識やコミュニケーション力を駆使して異文化を理解する姿勢（国際性）

2. ゼミの進め方

≪ 2年次 ≫

「国際マーケティング」の基本的文献の輪読を通じた“基礎知識の習得”と“研究の進め方”を理解し経験する。

≪ 3年次 ≫

国際ビジネスに関心を持つ全国の学生らが参加する研究発表大会に向けてグループ研究を本格的に実践していく。

≪ 4年次 ≫

2、3年時の経験を踏まえて学生生活の集大成となる卒業論文作成に向けて個人・グループでの研究を進捗していく。

※上記の各年次の主要な活動以外にも、学生同士の交流を図る機会も状況に応じて積極的に創っていく。

3. 教材

- (1) 小田部正明/K・ヘルセン著 (2018)『国際マーケティング』碩学舎/中央経済社
 - (2) 入山章栄 (2019)『世界標準の経営理論』ダイヤモンド社
 - (3) 安宅和人 (2010)『イシューからはじめよ - 知的生産のシンプルな本質 -』英治出版
 - (4) ジェイ・B・バーニー (2003)『企業戦略論【上】基本編-競争優位の構築と持続-』ダイヤモンド社
- ※その他、適宜、学生のニーズに合わせて講義内で紹介予定。

4. 成績評価の方法

プレゼン、ディスカッション、講義・グループ活動への貢献度から総合的に評価する。

5. ゼミ入室試験（選考方法）

選考方法については、Oh-o!Meijiにて、後日連絡予定。

6. その他・志願者へのメッセージなど

本気で「国際マーケティング」を学び、生涯の友を創り、将来、国際的なフィールドで活躍したい仲間を歓迎します。