



第 4 回	国際マーケティング概念（１） 国際マーケティングにおける「標準化」と「適応化」について解説する
第 5 回	国際マーケティング概念（２） 国際市場参入方式と戦略要素について解説する
第 6 回	国際市場戦略の視角 多国籍企業の製品および製品開発について、事例を通じて解説する
第 7 回	国際製品戦略（１） 多国籍企業の製品および製品パターンについて、事例を通じて解説する
第 8 回	国際製品戦略（２） 多国籍企業の製品展開について、事例を通じて解説する
第 9 回	国際製品戦略（３） 多国籍企業のブランドマネジメントについて解説する
第 10 回	国際価格戦略 多国籍企業の価格戦略について、事例を通じて解説する
第 11 回	国際チャネル戦略（１） 多国籍企業のチャネル選択について解説する
第 12 回	国際チャネル戦略（２） 多国籍企業のチャネル戦略について、事例を通じて解説する
第 13 回	国際プロモーション戦略（１） 多国籍企業の販売促進について分類ごとに解説する
第 14 回	国際プロモーション戦略（２） 多国籍企業の広告戦略について、事例を通じて解説する
第 15 回	国際マーケティング・ミックス 日系小売企業の事例を通じて国際市場参入について解説する
テキスト	柳純『小売企業の国際マーケティング-アジア進出の軌跡と国際知識移転プロセス-』同文館出版、2022 年（2800 円＋税）
参考図書・教材／データベース・雑誌等の紹介	小田部正明ほか編『1 からのグローバル・マーケティング』碩学舎、2017 年（2400 円＋税） 諸上茂登編『国際マーケティング・ケイパビリティ』同文館出版、2019 年（2800 円＋税）
課題に対するフィードバックの方法	課題については、回収後「模範解答」および「回答内容の傾向」を口頭にて公表する。
学生へのメッセージ・コメント	テキスト以外に講義資料を配布しますが、予習・復習に加えて、まずは、われわれの身の回りの商品やサービスを通じて、国際ビジネスや国際市場について関心をもつように心がけてください。