

産業能率大学 経営学部

グローバル・ブランディング		履修年次	3・4
		単位	2
小々馬 敦		配当期	後
		授業方法	講義/ライブ
授業の内容			
[授業の概要] <ul style="list-style-type: none"> ・多様な価値観が存在する海外市場にブランドをいかに浸透していくか海外マーケティングの要諦を理解する。 ・次世代の国際社会のキーワード・コンセプトについて理解する。 ・国際情勢・地政学に関する基礎知識を理解する。 			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルブランドマネジメントの手法に関して事例から理解できている。 ・日本企業のグローバル化における機会と課題に関して理解できている。 ・国際情勢に関するキーワード、コンセプトを理解できている。 			
成績評価の方法			
授業出席および理解度確認のための実習課題を提出し受理されること。小テストを受けること。			
週	授業項目	週	授業項目
1	【オリエンテーション】私たちはどのようなグローバル社会を生きしていくか	8	サステナブルなブランドマネジメント
2	【基本理解】ポスト・グローバル資本主義の世界	9	【特別講義】グローバル・ブランドマネジメントの実務
3	【基本理解】海外市場における市場浸透戦略	10	アパレル産業のグローバルビジネス
4	事例で学ぶ Amazon のグローバルマーケティング	11	グローバル・パラダイムシフト 2030 年の世界【小テスト課題出題】
5	事例で学ぶ エンタメ・コンテンツブランドのグローバルマーケティング	12	【特別講義】グローバルメディア DowJones の”Trust 形成マーケティング”
6	【特別講義】Google のグローバルビジネス	13	主要な産業の未来 TEC(デジタル技術)の影響
7	事例で学ぶ 日本企業のグローバルマーケティング	14	総括