

産業能率大学 経営学部

ブランド・マネジメント実践	履修年次	3・4	
	単位	2	
小々馬 敦、高橋 徹	配当期	後	
	授業方法	演習/対面	
授業の内容			
<p>[授業の概要]</p> <p>グローバルマーケティングに関わるマーケットに必要な調査分析力を養う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外市場調査 DB の世界標準として企業で活用されている「ユーロモニターPassport」を使用し、「海外市場調査レポート」を作成する。(DB は英語だが、英語力に自信がなくても操作可能。) ・海外市場のマーケティング実務経験のある教員が海外市場分析の要諦をわかりやすく指導する。 ・世界経済の成長センターとして、多くの日本企業が進出している東南アジア諸国それぞれのライフスタイルや生活習慣の差異について理解し、異文化理解とグローバルビジネスの教養を深める。 			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・海外市場調査に関する基本的な概念や用語に関して理解できている。 ・海外市場調査レポートを作成するフレームワーク(枠組み)とプロセス(手順)に関して理解できている。 			
成績評価の方法			
グループワークを基本とする授業であり授業に出席し、且つその成果をグループ発表で示すこと。			
週	授業項目	週	授業項目
1	オリエンテーション グローバル市場の理解	8	演習⑤ チャネル環境の分析
2	海外市場調査 データベース操作説明	9	特別授業海外市場のフィールド調査
3	事例で理解する海外市場の調査方法	10	演習⑥ 海外市場参入方式の検討
4	演習① マクロ環境の分析基本統計データ	11	演習⑦ レポート作成と提言策定のポイント
5	演習② マクロ環境の分析基本統計データ	12	演習⑧ プレゼンテーションのポイント
6	演習③ 市場環境の分析	13	プレゼンテーション
7	演習④ 競合環境の分析	14	プレゼンテーション 振り返りと総括