

国際経営論 II

科目ナンバリング MAN-304

選択必修 2単位

瀬藤 芳哉

1. 授業の概要(ねらい)

グローバル化の中で企業の海外直接投資、グローバルな販売、生産、研究開発等が一般化している。こうしたグローバルな展開は、先進国の大企業だけでなく中小企業の課題でもある。また新興国の活躍も目立つ。日本の場合、国内市場の縮小に伴い国際展開が必須である。このような環境の中で積極的に活躍の場を広げ収益を拡大している企業は多いが、他方、様々な局面で新たな課題に直面し対応を迫られている。特に近年、米国や欧州を中心にグローバル化への反動的な動きが目立ち、戦略の見直しを迫られている企業は少なくない。

この授業では、前期の国際経営論Iで学んだマクロ的知識を踏まえ、多国籍企業のミクロ的な側面を中心に、海外に展開する際の参入戦略、M&A、マーケティング、組織、人材、等を取り上げる。講師の実務経験(国際金融、メーカー等)を踏まえ、具体事例を紹介して分かりやすい授業を目指す。

なお、受講者の希望や授業の進捗度合い等を踏まえ、内容や日程に変更を加えることがあります。

2. 授業の到達目標

多国籍企業のグローバルな事業の現状とその背景・歴史を学ぶ。さらにミクロ的な、より具体的な活動内容を理解する。国際ビジネスの基礎を身に付ける。

3. 成績評価の方法および基準

期末試験50%、小テストないしレポート40%、授業への参加度10%、受講態度(私語の有無、他)も重視します。
6回以上欠席した場合は成績評価の対象外になり、単位取得は認められません。

4. 教科書・参考文献

教科書

梶浦雅己編著 『はじめて学ぶ人のためのグローバル・ビジネス(改訂新版)』 文真堂

参考文献

吉原英樹 『国際経営への招待』 有斐閣ブックス

吉原英樹 『国際経営』 有斐閣アルマ

高橋浩夫著 『現代の国際経営戦略』 中央経済社

高橋浩夫著 『最新国際経営入門』 同文館出版

チャールズ・W・ヒル 『国際ビジネス3』 楽工社

5. 準備学習の内容

- ・教科書の予習。専門用語の意味を理解する。
- ・新聞、インターネット等で企業の海外活動や多国籍企業の具体的な事例に触れる。

6. その他履修上の注意事項

- ・新聞、インターネット等で具体事例に触れることが重要です。出来れば、英語のニュースや文献に触れるよう努める。
- ・受講態度(私語等を含む)に問題ある場合は厳格に対応します。

7. 授業内容

- 【第1回】 ガイダンス 外国市場参入戦略(輸出、ライセンス、他)
- 【第2回】 外国市場参入戦略(直接投資、他)
- 【第3回】 M&A(概観)
- 【第4回】 M&A(具体例)
- 【第5回】 戦略提携(概観)
- 【第6回】 戦略提携(標準化、理論)
- 【第7回】 調達・生産・ロジスティクス
- 【第8回】 中間まとめ
- 【第9回】 国際マーケティング戦略
- 【第10回】 国際マーケティング計画
- 【第11回】 国際研究開発とイノベーション
- 【第12回】 国際経営戦略
- 【第13回】 国際経営組織
- 【第14回】 人的資源管理
- 【第15回】 まとめ