

1. 授業の概要(ねらい)

グローバル化の中で企業の生産、販売、研究開発等はグローバルに展開されている。海外投資も活発である。先進国の大企業は勿論、中小企業や新興国の企業の活躍も目立つ。しかし、今、ロシアのウクライナ侵攻、米国と中国の深刻な対立、コロナ禍がグローバルなビジネス環境に大きな変化をもたらし、企業戦略の手直しが必要になっている。またコロナ禍以前から欧米ではグローバル化が雇用を脅かすとして、反対の動きが盛んになっていた。こうした複雑な環境下で様々な課題に直面し、対応を迫られている。その中で海外展開により収益を拡大している企業は多いが、逆風を受けている企業も多い。

前期(I)では国際ビジネスを取り巻く環境、多国籍企業の歴史、グローバル化の進展等を中心に取り上げた。後期(II)は多国籍企業の活動を具体的に取り上げる。外国市場参入、M&A、マーケティング、戦略、組織、生産、研究開発、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、具体的活動につき基礎的理論を理解し、説明できる。(DP1 企業経営に関する基礎的理論を理解し説明できる。)

3. 成績評価の方法および基準

- ・期末試験40%、中間試験および課題レポート50%、授業への参加度10%、受講態度(私語の有無、他)も重視します。
- ・受講者の理解を深めるため、中間試験および課題レポート等については授業で解説を行う予定です。
- ・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

参考文献

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(第3版)』 文真堂
盛田昭夫 MADE IN JAPAN(メイド・イン・ジャパン)一わが体験的国際戦略 朝日文庫
本田宗一郎 本田宗一郎 夢を力に 日経ビジネス人文庫
真山仁 ハゲタカ 講談社文庫
森辺一樹 この一冊ですべてわかるグローバル・マーケティングの基本 日本実業出版社

5. 準備学修の内容

- ・講師からの指示に従い参考文献のビジネス書等を読み、それについてのレポートを提出する。
- ・企業の海外活動や多国籍企業の具体事例に触れるため、日経新聞を読む。その他インターネット等で具体的な事例に触れる。

6. その他履修上の注意事項

- ・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。
- ・第3回はLMSによるオンライン授業を予定(仮)しています。

7. 授業内容

- 【第1回】 ガイダンス 外国市場参入(輸出、フランチャイズ、ソニー、他)
- 【第2回】 外国市場参入 ボングローバル企業、
- 【第3回】 日本の電機産業(LMSによるオンライン授業 仮予定)
- 【第4回】 M&A(概観)
- 【第5回】 M&A(事例)
- 【第6回】 M&A(事例)、戦略提携(概観)
- 【第7回】 戦略提携(標準化、理論)
- 【第8回】 中間まとめ
- 【第9回】 R&D:技術・製品開発
- 【第10回】 国際マーケティング戦略 事例:キッコーマン(予定)
- 【第11回】 国際マーケティング計画
- 【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