

科目名	多国籍企業論特講	担当者	モロカミ 諸上 シゲト 茂登	期間	通年	単位数	4
-----	----------	-----	-------------------------	----	----	-----	---

【科目概要】

目的	<p>現代の多国籍企業をめぐる政治経済的および経営的環境を理解するとともに、多国籍企業の基本的な戦略ロジックと組織の特徴を把握することで、日本企業のグローバル化の方向性と方策を探ることを目的とする。</p> <p>現代の国際市場は多くの人が信じているほどグローバル化されておらず、市場の部分統合と各国政府規制が併存する、いわゆるセミ・グローバリゼーションの状態にある。ここでは依然として各国・各地域市場の文化的、制度的、地理的、経済的隔たりが大きな影響を与えている。こうしたことを踏まえると単純でフレットなグローバル化戦略には大きな限界があり、今一度、国境や文化を超えることの影響の重大性に立ち返った国際経営戦略の再構築が必要である。さらに、日本企業は「技術で勝っていても事業で負ける」ことが少なくなく、より強かな経営戦略の構築が求められる。本講座は上述のような課題について理論的、実証的に接近することを目的としている。</p>		
到達目標	<p>現代の多国籍企業の戦略と組織の基本的問題や課題を理解することで、日本企業の国際化、グローバル化についての有効な戦略立案をおこなう能力を涵養する。より具体的には、先進国市場の深掘りと新興国市場開拓にとって有用なさまざまな知見を得ることを目標とする。</p>		
学修方法	<p>基本的には文献サーベイによる学修であるが、本学の Web を活用した学習システムを通して受講者との意見交換、指導等を行いたいので、積極的なアプローチを期待する。</p>		
スケジュール	<p>草稿に対する指導者のコメントに基づいて何度かの原稿修正を行うことになるが、このプロセスを出来るだけ早く始めること。特に第一回目レポートのやり取りで、求められる基本的なレベルや記述要領を掴むこと。</p>		
成績評価	種別	割合	評価基準
	レポート	80%	教材内容の十分な理解と共に、関連文献の渉猟と事例の収集がなされているかを基準とする。
	平常評価	20%	草稿提出から最終稿の受理に至るまでの取り組みの姿勢を総合的に評価する。
履修者への要望	<p>各期のレポートの草稿提出は出来るだけ早く行い、双方向コミュニケーション、指導期間を確保すること。</p>		

【レポート課題】

基本教材 1	
教材の概要	著者名： パンカジ・ゲマワット著『コークの味は国ごとに違うべきか』（文藝春秋，2009年） 教材名： ISBN:978-4-16-371370-0 1,905円+税
	現在の国際経済ならびに市場はフラットなグローバル化に向かっているのではなく、今後も統合化と各国政府規制が併存するセミ・グローバリゼーションの状態にとどまると予測される。また、中国、インド、ブラジル、ロシア、南アフリカなどの新興国の影響力が一段と増している。そうした中、多くの多国籍企業は新興国市場開拓に注力するのはもちろんのこと、その国際的拠点配置やネットワークの優位性を活かして最大限の効率と効果を獲得できるようにグローバル戦略と組織構造の再編成を急いでいる。本書は、制度や文化などの国際ビジネス環境の多様性に改めて着目し、それを制約要因と捉えるだけではなく、それらをより積極的に活用する方法についての多くの有益な示唆を提供している。
参考図書	諸上茂登，藤澤武史，嶋正編『国際ビジネスの新機軸—セミ・グローバリゼーションの現実の下で—』同文館出版，2015年）ISBN978-4-495-38511-8 多国籍企業学会著『多国籍企業と新興国市場』（文眞堂，2012年）ISBN:978-4-83-094768-1 2,800円+税
履修上のポイント	ハーバード大学教授（執筆当時）による世界的に有名な著書であり、現代の国際ビジネスの構造と戦略を体系的に学ぶことが出来る。
レポート課題 1	ゲマワット教授の CAGE 分析，AAA 分析などを参考としながら、今日の多国籍企業が直面している経営環境の特徴とその競争優位戦略のオプションについて論述しなさい。 留意点： 出来るだけ具体的な企業事例を交えたりレポートを執筆すること。
レポート課題 2	日系多国籍企業が抱える重要な経営課題について、一つのテーマに絞って詳しく論じなさい。（各自設定した論題を明記すること） 留意点： 教材の要約レポートに終わるのではなく、出来るだけ多くの関連文献を渉猟した学術的小論文として執筆すること。

基本教材 2	
教材の概要	著者名： 諸上茂登著 教材名： 『国際マーケティング講義』（同文館出版，2013年）ISBN:978-4-49-564611-0 2,300円+税
	この教材は多国籍企業、とくに日系多国籍企業のマーケティングの戦略の現状と課題について考察したものである。「技術では勝っているのに事業で負ける」という現状を脱するためのさまざまな方策を検討している。 第1章国際マーケティングの概念と進化モデル，第2章グローバリゼーションの現実，第3章世界的な産業・競争構造の激変，第4章日本企業の競争力，第5章持続的競争力のある企業の条件，第6章国際マーケティング戦略の基本と典型的イメージ，第7章国際マーケティング・リサーチ，第8章国際製品戦略，第9章国際市場細分化戦略，第10章国際価格戦略，第11章国際プロモーション戦略，第12章国際サプライチェーン・マネジメント，第13章新興国市場開拓，第14章世界から敬愛される人と企業へ。
参考図書	諸上茂登著『国際マーケティング論の系譜と新展開』（同文館出版，2012年）ISBN:978-4-49-564571-7 3,400円+税
履修上のポイント	多国籍企業のマーケティング行動の基本的なロジックについてよく理解し、日系多国籍企業のとるべき国際マーケティング戦略の方向性について考察して欲しい。
レポート課題 1	多国籍企業がもちうるマーケティング上の競争優位について論じなさい。 留意点： 教材の要約レポートに終わるのではなく、出来るだけ多くの関連文献を渉猟した学術的小論文として執筆すること。
レポート課題 2	日系多国籍企業のマーケティング上の課題を一つ取り上げ、それについて詳しく論じなさい。（各自の論題を明示すること） 留意点： 教材の要約レポートに終わるのではなく、出来るだけ多くの関連文献を渉猟した学術的小論文として執筆すること。