

2017年度 経営学研究科(経営学専攻) 博士前期(修士)課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメスター)	単位	担当者名
国際経営研究B	1・2年次秋学期 (2・4セメスター)	2	銭佑錫
授業概要			
本講義は、実例を通して企業の国際経営に対する理解をより深めるためのものである。世界で最も成功した多国籍企業の一つである「ユニリーバ」をとりあげ、その歴史と成功要因について調べてみる。特にそのブランディング、新興市場戦略、イノベーションに焦点を当てて講義を進める。			
授業目標(到達目標)			
企業の国際経営の実態に対する理解を深めることができる。 物事を論理的に推論する能力を養うことができる。 学術論文作成における引用の仕方を身につけることができる。			
授業方法			
受講者には毎回指定されたテキストを読んで疑問点・論点を提出することが課題として課される。講義は、受講者より提出された疑問点・論点による全員参加型のディスカッション形式と教員による解説が併用される形で行われる。			
成績評価方法・基準			
課題50%、講義への参加度(発言、質問など)50%			
教科書・教材・参考文献 等			
Jones, Geoffrey (2005), <i>Renewing Unilever – Transformation and Tradition</i> , Oxford University Press. (邦訳:ハイウッド大学院大学ビューティビジネス研究所訳『多国籍企業の変革と伝統』文眞堂、2013年)			
質問への対応(オフィスアワー等)			
オフィスアワー(場所・時間についてはALBOを参照)、電子メール(アドレスは初回の授業で通知)、で対応する。			
授業計画			
	項目	内容	
1	オリエンテーション	講義要領およびテキストの全体像について説明	
2	ユニリーバの戦略と成果(1)	第1章 大いなる遺産と挑戦課題	
3	ユニリーバの戦略と成果(2)	第2章 経営の多角化:1965年—1973年	
4	ユニリーバの戦略と成果(3)	第3章 新旧2つの世界:1974年—1983年	
5	ユニリーバの戦略と成果(4)	第4章 ユニリーバの再検討:1984年—1990年	
6	ユニリーバの戦略と成果(5)	1章から4章までの内容を整理	
7	ユニリーバの伝統と変革(1)	第5章 付加価値を高める:マーケティングとブランド	
8	ユニリーバの伝統と変革(2)	第6章 新興市場におけるリスクと成果	
9	ユニリーバの伝統と変革(3)	第7章 外国貿易・ブランディング・化学事業	
10	ユニリーバの伝統と変革(4)	第8章 人的資源	
11	ユニリーバの伝統と変革(5)	第9章 企業文化	
12	ユニリーバの伝統と変革(6)	第10章 イノベーション	
13	ユニリーバの伝統と変革(7)	第11章 買収と売却	
14	ユニリーバの伝統と変革(8)	第12章 企業イメージと意見表明	
15	ユニリーバの伝統と変革(9)	5章から12章までの内容を整理	
履修者へのコメント・学習課題(事前事後学習)			
受講者は毎回テキストの指定部分を事前に読んで、疑問点と論点を課題として提出することが求められる。			