

2022年10月入学岡山大学大学院社会文化科学研究科博士前期課程【特別入試】・  
2023年4月入学岡山大学大学院社会文化科学研究科博士前期課程【8月募集】入学試験問題

講座（学修分野）	経営学、国際比較経済、（グローバル経営・経済）
専門科目	経営学

以下の問1、問2の両方に解答しなさい。なお、問1は解答用紙の第1ページと第2ページに解答し、問2は解答用紙の第3ページと第4ページに解答しなさい。

問1 マーケティングにおける消費者の理解に関する以下の（1）と（2）の両方に解答しなさい。

- （1）消費者行動全体に影響を及ぼす規定要因として「関与」が挙げられる。「関与」とはなにかを説明した上で、「関与」の高低が消費者行動全体に与える影響を、消費者行動全体をいくつかの認知的側面に分けて説明しなさい。
- （2）消費者の購買行動を「関与」と「ブランド間知覚差異」で4つに類型化した上で、それぞれの購買行動について、その特徴、および求められるマーケティングの概要を説明しなさい。

問2 次ページ以降の日本企業の海外子会社の特徴に関する文章を読み、以下の（1）と（2）の両方に解答をしなさい。

- （1）下線部①について、自国民が社長の海外子会社の比率が低く、現地人社長の海外子会社の比率が高い米国企業は、一般にどのような国際経営を行っているかを論じなさい。
- （2）下線部②について、現地人を海外子会社の社長に起用しても業績はよくなることはないとする日本企業は、一般にどのような国際経営を行っているかを論じなさい。





(出典) 吉原英樹 (2015) 『国際経営 (第 4 版)』有斐閣、150-154 ページ、一部省略改変。

以 上