経営学総論Ⅰ

科目ナンバリング　MAN-101
選択　　2単位

飯塚　陽介

1. 授業の概要（ねらい）

本講義は大学で学ぶ経営学に関する諸知識のうち特に戦略論と組織論に関する基礎的な用語と考え方を学ぶことを目的としています。基本的には講義形式で授業は進められます。

春学期は、企業のマネジメントを構成する諸問題のうち、企業による環境のマネジメントに関する諸問題を取り扱います。企業による事業戦略や経営戦略が主要なトピックとなります。

企業が成長・存続していく上では、外部環境への柔軟な対応が欠かせません、環境への対応をめぐる諸選択は企業経営における重要な課題であると言えるでしょう。本講義では、経営者が自らの企業を外部環境に適応させていく上で考慮すべき基本的な論理について学習します。

2. 授業の到達目標

到達目標（1）企業経営について考える上で必要な基本的な論理を習得する。
到達目標（2）経営学についての学習を継続的に実施している。
到達目標（3）獲得した知識を活用して実際の事例を解釈できる。

3. 成績評価の方法および基準

評価基準（1）期末テストの点数（60%）（到達目標（1）と関連します。）
評価基準（2）小テストの点数（30%）（到達目標（2）と関連します。）
評価基準（3）ケース討議への貢献（10%）（到達目標（3）と関連します。）

授業期間中に3回にわたり実施する小テストと期末テストを総合的に評価します。また、講義中には受講生の人数なども勘案して可能なら、ケース討議も実施します。その場合には、討議への参加姿勢についても評価の対象となります。

小テスト・期末テストともに「テキスト」・「講義中の配布物（小テスト及びその解答など）」あるいは「Teikyo Web File Serverにアップロードしたファイルを印刷したもの」を除いて持ち込み不可とします。また、3回ある小テストで2回以上にわたり指定された点数をとること、一度も指定された点数を下回らないことが単位取得の要件であり、特別な事情がない限り、単位の取得が非常に困難となります。履修者には一貫して努力を継続することが求められます。小テストで極めてよい点数を挙げた学生や3回の小テストすべてで教員が指定した点数を超えた学生については特に評価します。

4. 教科書・参考文献

参考文献
沼上幹　『わかりやすいマーケティング戦略』　有斐閣アルマ

5. 準備学修の内容

本講義は政治学科の学生を対象としています。政治学科の皆さんの中には、企業経営の実際についてほとんどご存知のない方も多いのではないでしょうか。講義開始前に、『日経ビジネス』『週刊東洋経済』などに掲載されている企業経営に関する記事を読んでおくことをおすすめします。本質を理解することは現時点では難しいかもしれませんが、講義内容を自分なりに理解していく上で一助となるはずです。

6. その他履修上の注意事項

講義資料は講義の冒頭にて配布します。欠席者への後日配布には応じませんのでご注意ください。

7. 授業内容

【第1回】　講義「講義の進め方についてのオリエンテーションおよび講義の概要」。
【第2回】　講義「企業と環境」（企業の本質と企業にとっての環境とは何かについて学びます）。
【第3回】　講義「マーケティング・ミックス（1）」（STPマーケティングの基礎と4つのPのうち「製品」に関して論じます）。
【第4回】　講義「マーケティング・ミックス（2）」（4つのPのうち「流通チャネル」、「プロモーション」、「価格」について論じます）。
【第5回】　講義「セグメンテーションとターゲット市場の選定」。
【第6回】　小テスト（第1回）、講義「市場地位別の戦略」。
【第7回】　講義「製品ライフサイクルと製品市場戦略」。
【第8回】　講義「多角化の論理」（企業が事業構造を多角化する理由について学びます）。
【第9回】　講義「業界の構造分析（1）」（「既存企業間の競合度」に含まれる諸要因について学びます）。
【第10回】　講義「業界の構造分析（2）」（「新規参入の脅威」、「買い手（売り手）の交渉力」、「代替品の脅威」に分類される諸要因について学びます。）
【第11回】　小テスト（第2回）、講義「製品ポートフォリオ・マネジメント」。
【第12回】　講義「事業・ドメインの定義」。
【第13回】　講義「企業形態論」。
【第14回】　クラス討議（実際の企業の事例をめぐっての討議）。
※クラス討議については履修者数や講義の進捗動向によっては実施しない。
【第15回】　期末テスト+講義「春学期のまとめと復習」。
※これまでの成績状況について授業内で開示します。