

経営学総論 I

科目ナンバリング MAN-116

選択 2単位

猪股 優史

1. 授業の概要(ねらい)

この授業の目的は、経営学の基本的な理論やフレームワークを概観することを通じて、企業を中心とした経済システムにおける様々な現象に対する基礎的な理解を獲得することにあります。経営学を専攻しようと考えている学生にとってはその後の学習の基礎的な土台の構築となり、他の専攻の学生にとっては経営学という学問体系の基本的な考え方の学習となります。

授業の性質上、扱う領域としては戦略や組織、マーケティング、イノベーション、人事など多岐に渡ります。また、理論的には経済学、心理学、社会学など、経営学における主要なディシプリンをを用いた理論を横断的に学習することになります。

経営学総論 I・IIを併せて受講することによって、より総合的な理解が培われるように設計されており(どちらか一方のみの受講でも構いませんし、両方受けなければ学習効果がないわけではありませんが)、経営学総論 I では主にマーケティング戦略と経済学ディシプリン、心理学ディシプリンの経営理論を扱います。

2. 授業の到達目標

経営学の基礎的な理論・フレームワークを用いて実際の事例を考察できる。
体系的な経営学の学習における基礎を習得する。

3. 成績評価の方法および基準

履修者の人数にもよりますが、

①授業中の発言点やリアクションペーパー(10%)

②複数回実施する小テスト(30%)

③期末テスト(60%)

の点数を総合的に評価します。

4. 教科書・参考文献

教科書

本講義はテキストを指定しませんが、以下の書籍は本講義の内容の多くをカバーしているため、読んでおくことをお勧めします。

参考文献

入山章栄 世界標準の経営理論 ダイアモンド社

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

授業中に学習した理論やフレームワークを用いて、身近な事例やニュースで取り上げられる事例について分析してみること
で、より精緻な理解を獲得することが可能となります。

6. その他履修上の注意事項

特に事前に履修すべき科目などはありませんが、経営学総論 I・IIを合わせて履修することによって、総合的な理解を獲得することが可能になります。また、この授業ではスライドを用います。講義資料については紙資料としては配布しませんが、LMSを通じて電子ファイル(PDF)として配布するので、事前にダウンロードしておくようにしてください。

7. 授業内容

- 【第1回】 ガイダンス
- 【第2回】 マーケティング戦略:マーケティング・ミックス
- 【第3回】 マーケティング戦略:STPマーケティング
- 【第4回】 マーケティング戦略:プロダクト・ライフ・サイクル
- 【第5回】 経営戦略:ポーターのフレームワーク
- 【第6回】 経営戦略:リソース・バースト・ビュー
- 【第7回】 組織の経済学:アドバース・セレクション
- 【第8回】 組織の経済学:エージェンシー理論
- 【第9回】 組織の経済学:取引費用理論
- 【第10回】 ゲーム理論を用いた経営学
- 【第11回】 企業行動理論:カーネギー学派
- 【第12回】 イノベーション:知の探索と深化
- 【第13回】 イノベーション:知識創造理論
- 【第14回】 イノベーション:シェアード・メンタル・モデルとトランザクティブ・メモリー・システム
- 【第15回】 イノベーション:ダイナミック・ケイパビリティ