

経営学総論 II

科目ナンバリング MAN-102
選択必修 2単位

鈴木 智弘

1. 授業の概要(ねらい)

多くの受講生にとって、経営学は高等学校までの学習と異なる、新しい学問分野です。これから、経済学、経営学を学び始める新入生の皆さんに、経営学という学問分野に興味を持って頂きたいと考えています。

本講義は経営学総論 I に引き続き、大学で学ぶ経営学に関する諸知識のうち、特にマーケティング論、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。教科書もイラスト中心に書かれている読みやすいものを選びました。

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)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

随時、授業中やLMSを利用した小テストを実施し、授業内容が定着しているかどうか確認します。更に、授業期間中に2回実施するテストを総合的に評価します。小テストは、到達目標(1)、テストは、主に到達目標(2)について確認します。

4. 教科書・参考文献

教科書

平野敦士カール 経営学見るだけノート 宝島社

参考文献

特に指定しません。

5. 準備学習の内容

本講義は新入生を対象としています。企業をテーマにするので、新聞、雑誌、ネットで、実際の企業活動を検索して、企業名に触れてください。随時、授業中やLMSを利用して、企業名に触れているかどうか確認します。

6. その他履修上の注意事項

本講義は、各回の授業内容に示したテキストの指摘箇所に従って講義します。しかし、テキストは、見開き2頁で図表中心ですので、詳細な内容は、PowerPointを使用して授業します。講義終了後に、講義概要をアップします。また、春学期の月曜4時限授業は、新型コロナ感染対策のため、ほぼ全ての授業がLMSでの音声授業となってしまったため、経営学総論 II では、I の復習と補足も行います。

7. 授業内容

- 【第1回】 「経営戦略論の復習(経営学総論 I の復習を兼ねて)」と「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】 マーケティングの基本(顧客創造)
(テキスト Chapter5 マーケティングのギモン 01)
- 【第3回】 マーケティングの基本(マーケティング戦略・リサーチ)
(テキスト Chapter5 マーケティングのギモン 04)
- 【第4回】 マーケティングの基本(STP)
(テキスト Chapter5 マーケティングのギモン 05)
- 【第5回】 マーケティングの基本(4P分析)
(テキスト Chapter5 マーケティングのギモン 06)
- 【第6回】 マーケティングの基本(4P分析)
(テキスト Chapter5 マーケティングのギモン 06)
- 【第7回】 マーケティングの基本(CS, B to B・B to C)
(テキスト Chapter5 マーケティングのギモン 07,08)
- 【第8回】 マーケティングの基本(プロダクト・ライフサイクル)
(テキスト Chapter5 マーケティングのギモン 09)
テスト1
- 【第9回】 テスト1の解説
組織の基本(企業の目的とは)
- 【第10回】 組織の基本(機能別組織・事業部制組織)
(テキスト Chapter8 組織のギモン 01)
- 【第11回】 組織の基本(株式会社)・組織の基本(ホールディング会社)
(テキスト Chapter1 企業のギモン 01)
(テキスト Chapter1 企業のギモン 03)
- 【第12回】 組織の基本(alliance・M&A)
(テキスト Chapter1 企業のギモン 04,05)
- 【第13回】 GAFA(Google, Amazon, Facebook, Apple)の経営戦略
(テキスト Chapter4 経営戦略のギモン② 10)
- 【第14回】 組織の基本(ベンチャー企業)
(テキスト Chapter1 企業のギモン 08)
テスト2
- 【第15回】 テスト2の解説(オンディマンド授業)