

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。

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(30%)(到達目標(1)と関連します。)

評価基準(2)毎回の確認小テストの点数(70%)(到達目標(2)と関連します。)

毎回LMS上で実施する小テストと期末テストを総合的に評価します。期末テストについては講義中での配布資料を除いて原則として持ち込み不可とします(配布資料のコピーの持ち込みは不可)。

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のでしょうか。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」(STPマーケティングの基礎と4つのPについて論じます)。
- 【第4回】 講義「市場地位別の戦略」(競争上の地位に応じた戦略の定石について学びます)。
- 【第5回】 講義「製品ライフサイクルと製品市場戦略」(製品市場のライフサイクルという考え方とその段階に応じた戦略上の課題について学びます)。
- 【第6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7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8回】 講義「業界の構造分析(2)」(「新規参入の脅威」、「買い手の交渉力」に分類される諸要因について学びます)。
- 【第9回】 講義「業界の構造分析(3)」(「売り手の交渉力」、「代替品の脅威」に含まれる諸要因について学びます)。
- 【第10回】 講義「製品ポートフォリオ・マネジメント」(PPMとそれに基づく最適な資源マネジメントについて学びます)。
- 【第11回】 講義「事業・ドメインの定義」(戦略策定の起点である事業の定義、企業ドメインの定義について学びます)。
※オンラインを予定。
- 【第12回】 講義「企業形態論」(様々な企業形態と株式会社制度について学びます)。
- 【第13回】 講義「企業統治とその多様性」(企業統治についての基本的な考え方と国ごとに異なる企業統治の姿を学びます)。
- 【第14回】 講義「日本の企業統治の現在」(改革が進みつつある日本の企業統治の現在について学びます)。
- 【第15回】 期末テスト及び講義「期末テストの解説」。