

1. 授業の概要(ねらい)

私たちが生きる経済社会は、企業が中心になって動いています。企業経営がうまくいけば、商品やサービスがたくさん売れ、利益が生まれ、その会社に関わる多様な人々に配分されます。その人たちは得たおカネでさまざまな経済活動を行います。するとさらにいろいろな商品やサービスが売れます。こうした循環によって、経済社会は活性化し、私たちの暮らしが豊かになるのです。それでは、どんな企業の経営がうまくいっているのでしょうか。どうしてうまくいっているのでしょうか。どんな企業が経営に失敗しているのでしょうか。失敗の原因はどこにあるのでしょうか。この授業では、著名な企業経営の成功例と失敗例を取り上げ、さまざまなマーケティング理論を使って分析、考察し、その原因を突き止めます。取り上げる分野と企業は、洗剤市場(花王、ライオン、P&G)、賃貸住宅市場(積水ハウス、大和ハウス)、宅配便(ヤマト運輸、佐川急便)とネット通販(アマゾン、楽天)市場などです。

2. 授業の到達目標

いくつもの代表的なマーケティング理論を、分析手法として使いますので、きちんと理解すること。さらに重要なことは、マーケティング理論を使って企業経営の分析をする過程で、論理的に思考する能力を身に付けることです。

身に付けた知識はいつか陳腐化しますが、論理的な思考能力は陳腐化することなく、今後皆さんが出会う問題を整理し、解決することに役立つはずです。

3. 成績評価の方法および基準

小テストと本試験です。

4. 教科書・参考文献

教科書

沼上幹著 『一橋MBA戦略ケースブック』 (東洋経済新報社)

新聞・雑誌も多用します。

毎回、レジュメを配ります。

5. 準備学修の内容

新聞、テレビ、雑誌、ウェブサイトには、企業経営に関するニュースが毎日溢れています。授業でも随時、資料として取り扱いますが、自ら意識的に興味を持つようにしてください。

6. その他履修上の注意事項

授業中に質問したり、意見を聞いたりします。的確な答えをした学生には加点します。ただし、うまく答えられなくてもマイナス点はつけません。

7. 授業内容

- 【第1回】 花王vsライオンvsP&G-洗剤市場のマーケティング戦略(1)
- 【第2回】 花王vsライオンvsP&G-洗剤市場のマーケティング戦略(2)
- 【第3回】 花王vsライオンvsP&G-洗剤市場のマーケティング戦略(3)
- 【第4回】 意思決定のジレンマ
一両方とも正しい選択だが、どちらかしか選べない時にどうするか(1)
- 【第5回】 大和ハウスvs積水ハウス-賃貸住宅市場のマーケティング戦略(1)
- 【第6回】 大和ハウスvs積水ハウス-賃貸住宅市場のマーケティング戦略(2)
- 【第7回】 大和ハウスvs積水ハウス-賃貸住宅市場のマーケティング戦略(3)
- 【第8回】 小テストとまとめ
- 【第9回】 意思決定のジレンマ
一両方とも正しい選択だが、どちらかしか選べない時にどうするか(2)
- 【第10回】 ヤマト運輸vs佐川急便vアマゾンvs楽天-宅配便とネット通販の補完と競合のマーケティング(1)
- 【第11回】 ヤマト運輸vs佐川急便vアマゾンvs楽天-宅配便とネット通販の補完と競合のマーケティング(2)
- 【第12回】 ヤマト運輸vs佐川急便vアマゾンvs楽天-宅配便とネット通販の補完と競合のマーケティング(3)
- 【第13回】 意思決定のジレンマ
一両方とも正しい選択だが、どちらかしか選べない時にどうするか(3)
- 【第14回】 会社で働くということ(1)
- 【第15回】 会社で働くということ(2)