

| | | | | | | | |
|--------------------|---|--|----|---------------|--------|------|----|
| 科目名 Course Name | 経営戦略論 I Strategic Management I | | | ナンバリング No. | C3-020 | | |
| 年次 | 2年 | 期別 | 前期 | 単位数 | 2 | 授業形態 | 講義 |
| 担当者氏名 | 長江 庸泰 | | | | | | |
| 連絡方法 | C-Learning にて対応、オフィスアワー：本館 2F(研究室)月～木曜 9:00～16:00(授業・会議時間を除く) | | | | | | |
| 必修/選択 | 選択 | | | | | | |
| 関連 DP | DP2, DP3, DP5 | | | | | | |
| 授業の概要と到達目標 | 本講義の目的は、以下の能力を身につけることにある。 経営戦略論の基礎的な用語やフレームワークを習得できる。 経営戦略論の理論と企業の事例とを対応させながら考察できる。 | | | | | | |
| 授業の方法 | 本授業は、講義、マルチメディア授業、デジタルテキスト、プレゼンテーション、ディスカッション、グループワーク等を活用しながら、経営戦略論の知識をベースに自分の頭で考え「問題発見・解決」に精通した人材育成を目指すものである。 | | | | | | |
| 学習成果 | L01 | | | | | | |
| | L02 | | | | | | |
| | L03 | 経営戦略論の基礎的な用語やフレームワークを習得できる。 経営戦略論の理論と企業の事例とを対応させながら考察できる。 | | | | | |
| | L04 | | | | | | |
| 課題に対するフィードバック | 小テスト・期末試験等の解答を示し、結果は、C-Learning 等で個別にフィードバックする。 | | | | | | |
| 教科書/参考図書 | 長江庸泰作成の“デジタルテキスト[経営戦略論 I 2025 年度版]”を活用する。/ 沼上幹『わかりやすいマーケティング戦略』, 有斐閣アルマ, 2008 年, 1900 円(税抜)。 網倉・新宅『マネジメント・テキスト 経営戦略入門』, 日本経済新聞出版, 2011 年, 3400 円(税抜)。 | | | | | | |
| 履修上の留意点やルール等 | 事前・事後学習各回 180 分、本学の教育理念(想う人、考える人、行う人を創る)を体現する自主創造の教えを基に、「1)常に疑問を持ち、2)物事を多面的に考え抜きながら、3)自分で調べ、学ぶ、課題解決型のアクティブラーニング」を常に心掛けること。 | | | | | | |
| 担当教員の実務経験 | ●実務経験(職種:会社役員 職歴:45 年)、実務経験を技術経営戦略の実践面と学習・説明等で活用する。 | | | | | | |

| 成績評価の方法と基準 | | | | | |
|------------|---|---------|-----|-----|-----|
| 評価の領域 | 評価基準 | 学習成果の割合 | | | |
| | | L01 | L02 | L03 | L04 |
| 授業参加態度 | 以下の3点から評価する:①ノートに関し、創意工夫してまとめられている、②自分の意見を論理的に述べている、③積極的に質疑応答に臨んでいる。S 評価の基準:上記参加態度を全て満たすもの。 | | | 10 | |
| レポート/作品 | S 評価の基準:①創意工夫してまとめられている、②自分の意見を論理的に展開している、③課題の本質と学習成果が十分にまとめられている。レポート最新課題は、月1回計3回提出予定(締切は各月末)。 | | | 30 | |
| 発表 | S 評価の基準:①創意工夫した発表となっている、②自分の意見をまとめながら論理的に述べている、③積極的に質疑応答に臨んでいる。 | | | 20 | |
| 小テスト | 毎時間実施。満点の基準:全ての解答が正解。 | | | 20 | |
| 試験 | 16週目に実施。満点の基準:全ての解答が正解。 | | | 20 | |
| その他 | | | | | |
| 合 計 | | | | 100 | |

| 回数 | | 授業計画 |
|----|---------|--|
| 1 | 授業内容 | 授業ガイダンス:本授業の進め方と学び方/レポート課題説明と出題の解説、シラバスを読んでおき、各授業に関する質問事項等を考えておくこと。 |
| | 事前・事後学習 | 事前学習(上記質問事項等を準備しておくこと)・事後学習(ノートを整理しながら、自分で調べ、学ぶ姿勢を身につけること)。 |
| 2 | 授業内容 | 経営戦略論を学ぶための事前準備（企業の利益率や付加価値など、経営戦略を考えていく前提となる考え方を説明）。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 3 | 授業内容 | マーケティング戦略論：STP（市場を理解するためのセグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング(STP)について説明）。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 4 | 授業内容 | マーケティング戦略論：マーケティング・ミックス（市場に対応する手段である企業のマーケティング・ミックス主に4P'sについて説明）。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 5 | 授業内容 | マーケティング戦略論：製品ライフサイクル（製品ライフサイクル(PLC)の説明と、それに適合した経営戦略について説明）。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 6 | 授業内容 | マーケティング戦略論：市場地位別のマーケティング戦略（市場地位の説明と、それに適合した経営戦略について説明）。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 7 | 授業内容 | マーケティング戦略論:今までの振り返りとまとめ（マーケティング戦略全体の振り返りをし、知識や考え方の定着を目指す）。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 8 | 授業内容 | 競争戦略論：3つの一般戦略（ポーターの3つの一般戦略について説明）。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 9 | 授業内容 | 競争戦略論：ポジショニング①(ポジショニング系戦略の代表格である業界の構造分析を説明し、既存企業の対抗度(競争業者の数から製品差別化)までを扱う)。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 10 | 授業内容 | 競争戦略論：ポジショニング②(業界の構造分析を説明し、既存企業の対抗度(生産能力拡張から退出障壁)までを扱う)。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 11 | 授業内容 | 競争戦略論：ポジショニング③(業界の構造分析と新規参入の脅威、参入障壁、先発優位・後発優位などを説明)。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 12 | 授業内容 | 競争戦略論：ポジショニング④(業界の構造分析を説明し、代替品の脅威、特に「イノベーションのジレンマ」を詳細に扱う)。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 13 | 授業内容 | 競争戦略論：ポジショニング⑤(業界の構造分析を説明し、買い手・売り手の交渉力、前方統合や後方統合などを説明)。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 14 | 授業内容 | 競争戦略論：ポジショニング⑥(業界の構造分析を説明し、補完財やネットワーク外部性を取り扱う)。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 15 | 授業内容 | 競争戦略論：ポジショニング⑦(業界の構造分析とゲーム論をベースとした戦略について説明)。 |
| | 事前・事後学習 | 上記デジタルテキストの当該20頁での質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |