

科目名 Course Name	経営戦略論 I Strategic Management I			ナンバリング No.	C3-001		
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 2026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:46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。