

開講学科	基礎教育センター	前橋工科大学 シラバス			
科目名	経営学	標準対象年次	選択/必修	科目コード	
		1・2年次	選択	11001401/11001402	
担当教員	佐藤敏久	単位数	学期	曜日	時限
		2単位	前期 後期	金曜日 金曜日	4時限 5時限
授業の教育目的・目標	工学の専門教育に必要な経営学関連の基礎的知識、思考力の習得を目的とし、将来、経営や組織の運営において有用な思考枠組みを修練する				
学科の学習・教育目標との関係	技術者として社会で活躍するために、企業等の組織のマネジメントについて体系的に理解し、起業も視野に入れた技術者として、「人の活動」を吟味できるようにするとともに、「大学生として必要な教養と倫理観を身に付ける。				
キーワード	経営、戦略、マーケティング、イノベーション、組織				
授業の概要	経営とは何か、会社とは何かの基礎的な解説から始め、マーケティングや組織などマネジメント各分野の基本的知識と考え方を講義する。				
授業の計画	第1回： 経営学とは何か/経営における組織と戦略/経営戦略の基礎①/戦略計画/シナジー効果/戦略の階層性 第2回： 製品・市場マトリクス/多角化/ドミナントロジック 第3回： 経営戦略論の基礎②/コアコンピタンス/創発的戦略/戦略形成プロセス/組織能力 第4回： 製品ポートフォリオ/企業ドメイン/事業の定義/バリューチェーン/ビジネスモデル 第5回： 垂直的な事業範囲の選択/make or buy/事業システム戦略/統合化の優位 第6回： オープンモジュラー化/デファクトスタンダード/プラットフォーム戦略/戦略的提携/オープンイノベーション/ドミナントデザイン/価値共創 第7回： SWOT 分析/ポジショニングと模倣困難性/ポジショニングアプローチ/5 force model 第8回： 資源ベースの企業観/VRIO フレームワーク/戦略の基本/動態的ケイパビリティ/関係優位 第9回： マーケティング/顧客概念/4P と 4c/消費者の意思決定プロセス/ブランディング/CRM/経験価値 第10回： 組織デザイン/ガバナンス/コンプライアンス/コンティンジェンシー理論①② 第11回： 不確実性に対する組織/資源依存理論/取引コスト理論 第12回： 取引コスト理論/組織の個体群生態学 第13回： 社会ネットワーク理論/新制度派理論 第14回： 組織均衡と限界合理性 第15回： 組織ルーティン/組織学習/ゴミ箱モデル				
受講条件・関連科目	経済学など社会科学の関連科目を履修しておく、さらに理解が深まるでしょう				
授業方法	講義（スライド、プリントなど）				
テキスト・参考書	テキストはありません。プリントを配付して使用します 参考書 高橋伸夫編著『よくわかる経営管理』ミネルヴァ書房				
成績評価	・試験（100%） ・レポート（ 0%） ・その他 プリントは人数分あります、他の学生にコピーさせてもらうのではなく、教員からもらうようにしてください				
履修上の注意					