

講義名	経営管理論A(マーケティング学科2年生+3年生以上)			授業形態	
担当教員	柿沼 英樹	開講期・曜日・時限	前期 火曜日 2時限		
		単位数	2	履修開始年次	2年生

主題と概要

企業における経営管理の位置づけと、その主要な活動内容について考える。具体的には、「ヒト・モノ・カネ・情報」といった経営資源を個人や組織の成果に結びつけるための効果的なマネジメントについて、個人や組織、戦略などいくつかのトピックに区切りながら、それらを考える基礎となる理論や考え方、管理手法を概説する。また、企業事例を取り上げながら、学んだことが実際にどう使われているのかについても理解を深める。

到達目標

本科目は、商学部マーケティング学科のディプロマ・ポリシーに鑑みて、企業経営の動向や問題点を分析・理解するための基礎能力を身につけることを目指すものである。具体的には、以下の2つを到達目標とする。
 (1) 経営学の主要領域である「経営管理論」の基礎知識を身につけられるようになる。
 (2) 就活、そして就職後も役立つ実践的理論を習得できるようにする。

提出課題

- ・毎回の授業において、その日の内容に関する小テストを実施する。
- ・定期試験の模擬問題に相当するレポート課題を提示する。

課題(レポートや小テスト等)に対するフィードバックの方法

- ・授業回ごとの小テストについては、授業内にて解答の提示と補足解説を行う。
- ・レポート課題については、締切後の授業にて全体向けにフィードバックを行う。

評価の基準

- ・授業回ごとの小テスト20%、レポート課題20%、定期試験60%(詳細については、別途案内する)
- ・6回以上の講義欠席は、自動的に「放棄」として評価を確定する。ただし、これは「5回までなら欠席して良い」という意味ではない。
- ・登学停止や欠欠に該当する事由は、大学が定めた手続きを行った場合のみ配慮する。

履修にあたっての注意・助言他

- ・座席表にもとづく出欠確認を行う場合があるので、指定された座席で受講すること。
- ・公共交通機関の遅延以外の理由による15分以上の遅刻は、その日の受講や小テストの回答提出は認めないが、出欠は「欠席」として扱う。
- ・他の受講生の迷惑となる行為は厳禁とし、違反者は厳重に対処する。場合によっては退学を命じることもある。

教科書

経営管理論	上野恭裕・馬場大治	中央経済社	2640	9784502190612
-------	-----------	-------	------	---------------

参考図書

よくわかる経営管理	高橋伸夫	ミネルヴァ書房	3080	9784623061044
経営管理	塩次喜代明・高橋伸夫・小林敬男	有斐閣	1980	9784641123755

その他

<講義資料>
 授業回ごとに LMS にアップロードするので、各自で確認すること。教室内での印刷物の配布は行わない。

授業計画

- 経営管理論Aで学ぶこと：講義ガイダンス、管理過程論
- 企業・株式会社とは：企業と会社、トップ・マネジメントの構造、所有・経営・支配
- 古典的管理論：科学的管理法、人間関係論、規定された合理性
- 近代管理論：組織の成立・存続要件、規定された合理性
- モティベーション：内容理論と過程理論、モティベーションを高めるマネジメント
- リーダーシップ：管理とリーダーシップ、リーダーシップの基本理論
- 組織構造のマネジメント：分業と調整、組織形態
- 組織文化のマネジメント：文化の機能と逆機能、文化の形成と変革
- 経営組織の環境適応：「システムとしての組織」観、コンティンジェンシー理論
- 企業戦略のマネジメント：経営戦略、ドメイン、多角化
- 競争戦略のマネジメント：ポジショニングと経営資源、持続的競争優位、組織能力
- イノベーション・マネジメント：イノベーションの種類とその源泉、イノベーションを促すマネジメント
- 生産活動のマネジメント：品質管理、生産の仕組み、トヨタ生産方式
- 日本の経営：「三種の神器」論、日本型コーポレート・ガバナンス
- 全体のまとめと補足解説：経営管理論Aの全体像の再整理、定期試験

- ・第1回・第12回は、教科書の同じ番号の章に対応している。例外的に、第13回は教科書の第14章、第14回は教科書の第13章・第15章に対応している。
- ・第16回は全体のまとめであり、教科書の特定の章に沿って進めるわけではない。
- ・基本的に、各回の授業は教科書の内容に沿って進行する。一部、内容を省略したり、別の内容を追加したりするが、それらについては別途案内する。

授業形態(アクティブ・ラーニング)

ア：PBL(課題解決型学習)	イ：反転授業(知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態)
ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
キ：その他(A・L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合)	

準備学修(予習・復習等)の具体的な内容及びそれに必要な時間

<予習>
 講義資料および教科書を通読し、その授業回の主なトピック、キーワードを確認しておくこと。30分程度。
 <復習>
 講義資料には概略のみを記載しているので、教科書や参考文献、各種Webサイトなどを参照しながら詳細を補完すること。
 また、各種メディアでの企業経営に関する報道に触れ、講義で学んだことが実際の企業経営や自身の職業生活にどのように役立つのかを考えること。合わせて90分程度。
 これらのほか、レポート課題に関連する取り組みに合わせて30時間程度を要する。
 総合すると、授業全体として60時間程度の準備学修を想定している。

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

「企業経営や組織、業界動向を理解するための基礎知識・経営理論の習得」と、「それら知識・理論を使った現状分析の実践」を達成するための科目である。これにより、マーケティングを交えたより多角的な視点から、企業経営に関する問題探索や課題提案を行うことができるようになること、商学部マーケティング学科のディプロマ・ポリシーを充足することが期待される。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

- ・小テスト課題やレポート課題は、オンラインツールを活用して実施する。
- ・授業内での発言(またはオンラインツールへの書き込み)を求めることがある。積極的な授業参加を期待する。

実務経験の有無及び活用

備考