福島工業高等専門学校		開講年度	令和05年度 (2023年度)	授業科目	経営戦略論		
科目基礎情報							
科目番号	0104		科目区分	専門 / 選択			
授業形態	演習		単位の種別と単位数	学修単位: 2			
開設学科	ビジネスコミュニケーション学科		対象学年	4			
開設期	後期		週時間数	2			
教科書/教材	特定の教科書は使用しない。						
担当教員	若林 晃央						
到達目標							
戦略的な思考を身に付けると共に、経営学の基礎知識を基にして、広い視野から組織の経営政策を考えられるようになって欲しい。							
ルーブリック							
	理想的な到達レベルの目安		標準的な到達レベルの目安		未到達レベルの目安		
評価項目1							
評価項目2							
評価項目3							
学科の到達目標項目との関係							
教育方法等							
概要	戦略という考え方を学ぶと共に、組織の経営政策を考える上で求められてくる基礎的な知識を学ぶ。						
授業の進め方・方法	この科目は学修単位科目のため、授業時間外の学習として、レポートを課す。 中間試験は実施しない。 期末試験は50分の試験を実施する。 レポート40%、定期試験60%で評価し、60点以上を合格とする。						
注意点	参考書：大滝・金井・山田・岩田[2006]『経営戦略』新版、有斐閣						
授業の属性・履修上の区分							
☐ アクティブラーニング		☐ ICT 利用		☐ 遠隔授業対応			
☐ 実務経験のある教員による授業							
授業計画							
後期	3rdQ	週	授業内容	週ごとの到達目標			
		1週	戦略とは何か?	戦略と戦術のヒエラルキー			
		2週	戦略と戦術の策定	戦略と戦術の考え方			
		3週	経営戦略とは何か	経営学における「戦略」概念			
		4週	企業戦略①	企業ドメインと企業理念			
		5週	企業戦略②	企業の成長モデル			
		6週	企業戦略③	PPM			
		7週	マーケティング①	製品ライフサイクル			
	8週	マーケティング②	マーケティング戦略				
	4thQ	9週	大企業の優位性	規模の経済、経験曲線、過剰投資			
		10週	競争戦略①	ファイブフォースモデル、3つの基本戦略			
		11週	競争戦略②	セグメンテーション、選択と集中			
		12週	マーケティング③	競争地位の4類型と戦略定石			
		13週	大量生産システムの変化	フォードからGMへ、過剰生産問題			
		14週	コンテンツ産業論	ハリウッド型ビジネスモデルとその限界			
		15週	まとめ	まとめ			
16週							
モデルコアカリキュラムの学習内容と到達目標							
分類	分野	学習内容	学習内容の到達目標	到達レベル	授業週		
専門的能力	分野別の専門工学	経済・ビジネス系分野	経営	経営理念・ビジョンと戦略の関係について説明できる。	4		
				環境の把握と分析について説明できる。	4		
				成長戦略について説明できる。	4		
				多角化戦略について説明できる。	4		
				競争戦略について説明できる。	4		
				資源ベース理論について説明できる。	4		
				商業	マーケティングミックスについて説明できる。	4	
					マーケティングにおけるインターネットの活用について説明できる	4	
					市場のセグメンテーションについて説明できる。	4	
		製品ライフサイクルについて説明できる。	4				
		競争地位戦略について説明できる。	4				
		消費者行動について説明できる。	4				
		市場調査の方法について説明できる。	4				
		流通の仕組みと流通チャネルについて説明できる。	4				
		小売業の役割と諸形態について説明できる。	4				
		プライベート・ブランド開発について説明できる。	4				
		卸売業の役割と諸形態について説明できる。	4				

			サプライ・チェーン・マネジメントについて説明できる。	4	
			情報技術の発達と流通の変容について説明できる。	4	
			流通のグローバル化について説明できる。	4	

評価割合

	試験	レポート	相互評価	態度	ポートフォリオ	その他	合計
総合評価割合	60	40	0	0	0	0	100
基礎的能力	60	40	0	0	0	0	100
専門的能力	0	0	0	0	0	0	0
分野横断的能力	0	0	0	0	0	0	0