

苫小牧工業高等専門学校		開講年度	令和04年度 (2022年度)	授業科目	マネジメント特論Ⅱ
科目基礎情報					
科目番号	0043		科目区分	専門 / 選択/必修	
授業形態	授業		単位の種別と単位数	学修単位: 2	
開設学科	創造工学専攻		対象学年	専2	
開設期	後期		週時間数	2	
教科書/教材	教科書: 自作プリント/参考図書: 六角明雄「図解でわかる経営の基本いちばん最初に読む本」アニモ出版、六角明雄「図解でわかる小さな会社の経営戦略いちばん最初に読む本」アニモ出版				
担当教員	須田 孝徳				
到達目標					
1) 経営理念や経営戦略の必要性について説明できる。 2) マーケティングの基礎を理解し、マーケティングミックスを構築できる。 3) 財務諸表を理解し、各種の経営指標による経営健全性の評価ができる。 4) 経営課題を発見し、それを解決できるビジネスモデルのケースを構築できる。					
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	経営理念や経営戦略の必要性について説明できる。	経営理念や経営戦略の必要性の基本事項について説明できる。	経営理念や経営戦略の必要性について説明できない。		
評価項目2	マーケティングの基礎を理解し、マーケティングミックスを構築できる。	マーケティングの基礎を理解し、マーケティングミックスの基本的な構築できる。	マーケティングの基礎を理解し、マーケティングミックスを構築できない。		
評価項目3	財務諸表を理解し、各種の経営指標による経営健全性の評価ができる。	財務諸表を理解し、基本的な各種の経営指標による経営健全性の評価ができる。	財務諸表を理解し、各種の経営指標による経営健全性の評価ができない。		
評価項目4	経営課題を発見し、それを解決できるビジネスモデルのケースを構築できる。	経営課題を発見し、それを解決できる基本的なビジネスモデルのケースを構築できる。	経営課題を発見し、それを解決できるビジネスモデルのケースを構築できない。		
学科の到達目標項目との関係					
I 人間性 II 創造性 III 国際性					
教育方法等					
概要	この授業は、大学や国の中小企業支援機関で経営相談窓口や創業支援を担当していた教員が、その経験を活かし、企業経営管理の基礎を理解し、将来のプロジェクトリーダーや起業家を目指すようなエンジニアとなることを目標に講義形式で授業を行う。さらに、実際の企業のケース分析を通してマネジメントの理解を深めるとともに、グループワークや発表を通して、チームワークやプレゼン能力を高めることによって、マネジメントの知識と工学の知識を併せ持ったエンジニアになることを目標としている。				
授業の進め方・方法	講義を中心に授業を進めるが、グループワークおよび発表を適宜行う。 この科目は学修単位科目のため、事前・事後学習の課題として、ほぼ毎回の授業で調べ学習やレポートを課す。				
注意点	自学自習 (60時間) は、日常の授業 (30時間) のための予習復習時間、理解を深めるための課題の考察・解法の時間および小テストや定期試験の準備のための勉強時間を総合したものとす。				
授業の属性・履修上の区分					
<input checked="" type="checkbox"/> アクティブラーニング		<input checked="" type="checkbox"/> ICT 利用		<input checked="" type="checkbox"/> 遠隔授業対応	
<input checked="" type="checkbox"/> 実務経験のある教員による授業					
授業計画					
	週	授業内容	週ごとの到達目標		
後期	3rdQ	1週	ガイダンス	学習目的、達成目標を理解する。工学とマネジメントの両方の知識を併せ持つ重要性を説明できる。	
		2週	経営理念	経営理念の重要性および会社の規模や業種による違い、について説明できる。	
		3週	経営戦略の全体体系	経営戦略の全体体系について説明できる。	
		4週	経営戦略の種類と概要	経営戦略の種類と概要について説明できる。	
		5週	マーケティングの体系	マーケティングの体系について説明できる。	
		6週	マーケティング戦略の基礎	マーケティング戦略の基礎について説明できる。	
		7週	ビジネスモデルキャンパス作成演習	ビジネスモデルキャンパスを理解し、作成することができる。	
		8週	ケース分析Ⅰ	製造業に関するケースを読み、経営状況の把握ができる。	
	4thQ	9週	ケース分析Ⅰ	製造業に関するケースを読み、生産管理に関する課題の把握ができる。	
		10週	ケース分析Ⅰ	製造業に関するケースを読み、新たな経営戦略策定とビジネスモデルの提案ができる。	
		11週	ケース分析Ⅰ	製造業に関するケースを読み、経営戦略とマーケティング戦略に関する課題の把握ができる。	
		12週	ケース分析Ⅱ	サービス業に関するケースを読み、経営状況の把握ができる。	
		13週	ケース分析Ⅱ	サービス業に関するケースを読み、生産管理に関する課題の把握ができる。	
		14週	ケース分析Ⅱ	サービス業に関するケースを読み、経営戦略とマーケティング戦略に関する課題の把握ができる。	
		15週	ケース分析Ⅱ	サービス業に関するケースを読み、新たな経営戦略策定とビジネスモデルの提案ができる。	

	16週		
評価割合			
	課題 1 (Case1)	課題 2 (Case2)	合計
総合評価割合	50	50	100
基礎的能力	0	0	0
専門的能力	50	50	100
分野横断的能力	0	0	0