

鈴鹿工業高等専門学校		開講年度	令和05年度 (2023年度)	授業科目	技術経営
科目基礎情報					
科目番号	0120		科目区分	一般 / 選択	
授業形態	授業		単位の種別と単位数	学修単位: 2	
開設学科	電気電子工学科		対象学年	4	
開設期	後期		週時間数	2	
教科書/教材	参考書： 加護野忠男・吉村典久『1からの経営学（第2版）』碩学舎, 2 0 1 2. 藤田誠『経営学入門』中央経済社, 2 0 1 5. 阿部隆夫『若手エンジニアのための技術経営論入門』森北出版, 2 0 0 9. その他授業中適宜指示する。				
担当教員	松岡 信之				
到達目標					
1. 現代企業の特質、製品・サービスの開発過程について理解することができる。 2. 技術経営の基本的な考え方（組織論、マーケティング論、生産過程論、人事・財務など）を理解できる。 3. 企業の特質や課題に関して、自らの言葉で説明し、他の参加者と議論することができる。 4. 新規企業の設立や具体的な製品・サービスを構想することができる。					
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	現代企業の特質、製品・サービスの開発過程について深く理解することができる。		現代企業の特質、製品・サービスの開発過程について理解することができる。		現代企業の特質、製品・サービスの開発過程について理解することができない。
評価項目2	技術経営の基本的な考え方（組織論、マーケティング論、生産過程論、人事・財務など）を十分理解できる。		技術経営の基本的な考え方（組織論、マーケティング論、生産過程論、人事・財務など）を理解できる。		技術経営の基本的な考え方（組織論、マーケティング論、生産過程論、人事・財務など）を理解できない。
評価項目3	企業の特質や課題に関して、自らの言葉で説明し、他の参加者と議論することができる。		企業の特質や課題に関して、ある程度自らの言葉で説明し、他の参加者と議論することができる。		企業の特質や課題に関して、自らの言葉で説明し、他の参加者と議論することができない。
評価項目4	新規企業の設立や具体的な製品・サービスを十分に構想することができる。		新規企業の設立や具体的な製品・サービスを構想することができる。		新規企業の設立や具体的な製品・サービスを構想することができない。
学科の到達目標項目との関係					
教育方法等					
概要	本講義のねらいは自らの技術を活用できるような起業と経営の実践的なアイデアを形成することである。講義の主な内容は技術経営の基礎的な知識を習得して技術を生かせるような経営の手法について学ぶことである。授業内容に関係するニュースや書籍など紹介して知識を深める。				
授業の進め方・方法	・ 全ての内容は学習・教育目標(A)＜視野＞とJABEE基準1.1(a) (b) に対応する。 ・ 授業は前半部分を講義形式で行う。講義中は集中して聴講する。 ・ 授業は後半部分をディスカッションや発表形式で行う。自らの考えを積極的に述べる。 ・ 「授業計画」における各週の「到達目標」はこの授業で習得する「知識・能力」に相当するものとする。 ・ 履修者の理解度によって、シラバスの内容を一部変更することがある。				
注意点	＜到達目標の評価方法と基準＞下記授業計画の「到達目標」を網羅した中間試験と期末試験の点数と、授業への参加、発表を総合的に評価する。 ＜学業成績の評価方法および評価基準＞中間試験と期末試験結果の平均値,授業中の発表や参加度の評価点を成績とする。 ＜単位修得要件＞学業成績で6 0 点以上を取得すること。 ＜あらかじめ要求される基礎知識の範囲＞特になし。 ＜備考＞授業の進め方は以下の通りとし,講義を行ったあとにディスカッションや発表を行うことで理解を深める。 パワーポイントを用いた講義（40分）,個人あるいはグループによる研究・議論（20分）,個人あるいはグループによる発表・討論（30分）。				
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					
		週	授業内容	週ごとの到達目標	
後期	3rdQ	1週	イントロダクション、技術経営とはなにか	1. 技術経営とは何を学ぶ学問なのかを理解する。	
		2週	経営戦略とモチベーション	2. モチベーションやリーダーシップについて理解できる。	
		3週	組織論の基礎	3. 組織のあり方について理解することができる。	
		4週	経営組織	4. 企業における戦略について理解できる	
		5週	組織マネジメントと生産管理	5. 効率的な経営資源について理解できる	
		6週	マーケティング①	6. マーケティング論の基礎について理解できる	
		7週	マーケティング②	7. 実際のマーケティングについて理解できる	
		8週	中間試験	1～7. これまでの学習内容を理解し、自ら記述できる。	
	4thQ	9週	技術と制度	8. 技術経営における技術と経営の関係を理解できる。	
		10週	競争戦略	9. 企業の利益を生み出すシステムについて理解できる。	
		11週	イノベーション	10. 技術革新の理論について理解できる	
		12週	研究開発	11. 研究開発の重要性について理解できる	
		13週	製品開発プロセス	12. 具体的な製品開発過程を理解できる	
		14週	会社設立と新製品・サービスの発売	13. グループワークを通して左記の事柄を考え、表現することができる	
		15週	ソフトウェア開発	14. ソフトウェア開発とプロセスについて理解できる。	
		16週	学年末試験	8～14. これまでの学習内容を理解し、自ら記述できる。	

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
評価割合							
	中間試験	学年末試験	小テスト	態度	課題・発表	その他	合計
総合評価割合	30	30	0	0	40	0	100
配点	30	30	0	0	40	0	100