

科目名	経営の基礎2			ナンバリング	SOC432	授業形態	講義
対象学年	2 年	開講時期	前期	科目分類	選択	単位数	2 単位
代表教員	大嶋淳俊	担当教員					

授業の概要	本科目の目的は、「経営の基礎1」で学んだ経営学の基礎的な理解を定着させ、応用力をつけるためのものである。そのために、各種の事例を取り上げて学ぶ。また、近年のAIの発展や経営のデジタル化の流れを受けて、IT活用についても注目する。多様な規模・タイプの企業・組織の事例を取り上げるので、就職活動の企業研究にも役立つ内容にする。						
到達目標	1. 経営学の基礎的事項のうち、戦略やビジネスモデル、リーダーシップ、マーケティング等の分野に関する基本用語を理解し、基本概念を説明することができる。 2. 事例を学ぶことを通じて、多様な企業・組織の特徴や課題について説明することができる。 3. 授業内容に関連した問題意識を持ち、それをレポートにまとめて口頭発表ができる。						
学習のアドバイス (勉強方法、履修に必要な予備知識など)							
ディプロマポリシーとの 関連	【教養学部 地域教養学科のディプロマポリシー】						
	○	1. 専攻分野それぞれの基礎的な知識を確実に身につけ、それらを活用して基本的な問題を解決することができる。					
		2. 専攻分野それぞれの基本的スキルを、地域社会に貢献するために活用することができる。					
	○	3. 自分の意見や考えを説明し、他者と協調して積極的にコミュニケーションをとることができる。					
		4. 広い視野と論理的・批判的思考力を身につけ、困難な課題や予測不能な事態に直面しても適切に対処することができる。					
		5. 社会の一員としての自覚を持ち、社会生活の場において、地域を支える社会人・職業人としてふさわし関心・意欲・態度を示すことができる。					

標準的な到達レベル(合格ライン)の目安	理想的な到達レベルの目安
1. 経営学の基礎的事項のうち、戦略やビジネスモデルに加えて、マーケティングやIT活用の分野に関する基本用語を理解し、基本概念を説明することができる。 2. 多様な分野の代表的企業・組織について、その特徴を説明することができる。 3. 授業内容に関連した問題意識を持ち、それをレポートにまとめて口頭発表ができる。	左記の項目について、専門用語を正しく使いながら説明し、3についてはオリジナルで鋭いテーマ設定ができること。

成績評価観点 評価方法	知識・理解	思考・判断	関心・意欲	態度	技能・表現	その他	評価割合
定期試験(中間・期末試験)							
小テスト・授業内レポート	○	○	○		○		60%
宿題・授業外レポート		○	○				20%
授業態度・授業への参加				○			20%

課題、評価のフィードバック	各自に口頭でコメントする。
---------------	---------------

	回次	テーマ	授業内容	備考
授業計画	第1回	イントロダクション	授業の目的と問題意識、学修動機の共有を行う。	
	第2回	経営戦略の考え方	事例を用いて、経営戦略の考え方を理解する。	
	第3回	ビジネスモデルの考え方	事例を用いて、ビジネスモデルの考え方を理解する。	
	第4回	リーダーシップとフォロワーシップの基本	リーダーシップとフォロワーシップの基本を理解する。	
	第5回	リーダーシップの実践	事例を用いて、企業経営におけるリーダーシップの実践を理解する。	
	第6回	マーケティングの基本	事例を用いて、マーケティングの基本を理解する。	
	第7回	eビジネスの発展	事例を用いて、eビジネスの発展を理解する。	
	第8回	デジタル経営	事例を用いて、デジタル経営の進化を理解する。	
	第9回	教科書のケースを使った討議(1)	これまで学習した内容の理解を深めるために、教科書のケースを使った討議を行う	
	第10回	多様な組織の経営(1)	事例を用いて、観光ビジネスの展開について理解する。	
	第11回	多様な組織の経営(2)	事例を用いて、ファミリービジネスの展開について理解する。	
	第12回	AIと経営(1)	AIの進化と経営への影響について理解する。	
	第13回	AIと経営(2)	AIの進化と経営への影響について、さらに深く理解する。	
	第14回	教科書のケースを使った討議(2)	これまで学習した内容の理解を深めるために、教科書のケースを使った討議を行う	
	第15回	レポートのプレゼンテーション	各自がレポート内容を口頭発表し、教員からコメントを受ける。	
	試験	定期試験は実施しない。		
授業の進め方		講義と事例研究のための映像視聴、質疑応答。		
授業外学習の指示		レポートテーマについて常に考えておき、授業時間外にレポートを作成しなければならない。 (授業外学習時間： 毎週 90 分)		

教科書	北真収/日高優一郎(2016)『経営ケースブック:新たな市場、顧客を切り拓く』岡山大学出版会 ISBN: 978-4904228494
参考書	今枝 昌宏(2014)『ビジネスモデルの教科書: 経営戦略を見る目と考える力を養う』日本経済新聞社 ISBN: 978-4492533437 大嶋淳俊(2014)『eビジネス&マーケティングの教科書＜第二版＞』学文社 ISBN: 978-4762026102
参考URLなど	
その他	ノートを取ることを必須とする。教科書は購入して読んでおくこと。また、グループ演習を採り入れる科目のため、5名以下の場合は開講しないことがある。