

科 目 名	経営学Ⅱ	担当 者	佐藤 正弘	部 別	第一部	期 間	後期	単 位 数	2
					授 業 時 間 数	90分×15回		必修 選択	新聞 経営法 公共政策

【関連するDP・CP】 (DP=ディプロマ・ポリシー:学位授与に関する方針) (CP=カリキュラム・ポリシー:教育課程の編成・実施に関する方針)	DP-1	DP-2	DP-3	DP-4	DP-5	DP-6	DP-7	DP-8
	CP-1	CP-2	CP-3	CP-4	CP-5	CP-6	CP-7	CP-8
	○	○	○					

【授業の概要】
わたしたちが生活する社会において、企業は経済活動の担い手であると同時に、環境問題への配慮や従業員の生活の保障など様々な責任を負っている。本講義では、企業を中心に経営学における様々な概念を解説するとともに、現代企業を取り巻く諸問題とそれらに対する取り組みについて理解を深める。

【授業の目的】(General Instructional Objective: GIO 一般目標)
企業が持続的に活動していくためには、社会における他の主体(消費者、従業員、株主など)との協働が重要である。本講義では、企業と社会との関係を念頭に、受講生が経営学に関する基礎的な知識を修得し、説明できるようになることを目標としている。

【履修条件】
特になし

【授業方法】
講義の前半はパワーポイントを使って行うので、スライドを各自でノートにまとめて下さい。受講生全員がノートを書き終わってから、次のスライドに進みます。また、講義の後半にはグループワークとプレゼンテーションを行います。

アクティブ・ラーニングによる授業回の有無	有	
アクティブ・ラーニングの形態	講義内で提示した課題についてグループワークを行い、その内容をプレゼンテーションしてもらいます。	

【到達目標】(Specific Behavioral Objectives:SBOs 個別行動目標)									
ループリック評価項目の 内容	A-1	豊かな知識・教養に基づく高い倫理観	A-5	挑戦力					
	A-2	日本及び世界の社会システムを理解し説明する力	A-6	コミュニケーション力					
	A-3	論理的・批判的思考力	A-7	リーダーシップ・協働力					
	A-4	問題発見・解決力	A-8	省察力					
	達成されるべき具体的行動			関連するループリック評価項目の達成レベル					
①	経営学を学ぶことの意義を理解し、その必要性を説明することができる。			A-1	A-2	A-3	A-4	A-5	A-6
②	社会における企業の役割や存在意義について説明することができる。			2	2	2			
③	先進国における経営学の理論的展開を理解し、説明することができる。				2	2			
④	経営学に関する諸問題を考察し、自分の意見を主張することができる。			2	2	2			
⑤									
⑥									
⑦									
⑧									
⑨									
⑩									

【課題に対するフィードバックの方法】

授業中やClassroomを通じて行う。

【教科書・参考書等】

【資料登録用紙】					
書名	著者名	出版社名	発行年	種別	必要度
備考	使用しない				

備考 使用しない

【オフィスアワー】

毎週火曜日16:20~17:50に研究室にて実施（事前にメールでアポイントを取る事）。

【実務経験を活かした実践的教育について】

【実務経験を活かして実践的教育について】	
担当教員の実務経験の有無	有
実務経験の内容	食品メーカーの販売企画部にてインストア・プロモーション等の企画立案業務に従事。

【授業計画】※日程について、複数の曜日・時限にて同授業を開講の場合は、併記を行っている。

回数	テーマ	内 容	
1	オリエンテーション：分析とは	講義のテーマ・概要、講義計画、成績評価の方法、課題・試験等について、ガイダンスを行う。 ※授業計画は目安となります。	
	この回の到達目標	経営分析とは何かについて理解する。	
	事前学修	シラバスを読み、本講義のテーマ・概要、講義計画について確認する。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
	ゲスト・スピーカー講演	ゲスト・スピーカーが行っている企業経営について、事例を用いて学習する。	
2	この回の到達目標	ゲスト・スピーカーが行っている企業経営について、事例に即して理解し説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
3	マーケティング分析とは何か	マーケティング分析について学習する。	
	この回の到達目標	マーケティング分析について理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
4	マーケティング・リサーチの基礎：データの種類	データの種類について、事例を用いて学習する。	
	この回の到達目標	データの種類について理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
5	マーケティング・リサーチの基礎：1 次データ収集の方法	1次データ収集の方法について、事例を用いて学習する。	
	この回の到達目標	1次データ収集の方法について理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
6	STPとマーケティング・リサーチ	STPとマーケティング・リサーチについて、事例を用いて学習する。	
	この回の到達目標	STPとマーケティング・リサーチについて理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分

【授業計画】※日程について、複数の曜日・時限にて同授業を開講の場合は、併記を行っている。

回数	テーマ	内 容	
7	ケーススタディ：グループワーク	ビジネスケースについてグループワークを行い、企画書を作成する。	
	この回の到達目標	ビジネスケースについて理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
8	ケーススタディ：プレゼンテーション	グループワークで作成した企画書をプレゼンテーションする。	
	この回の到達目標	ケーススタディについて理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
9	相関分析	相関分析について、事例を用いて学習する。	
	この回の到達目標	相関分析について理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
10	回帰分析	回帰分析について、事例を用いて学習する。	
	この回の到達目標	回帰分析について理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
11	因子分析	因子分析について、事例を用いて学習する。	
	この回の到達目標	因子分析について理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
12	仮説検証	仮説検証について、事例を用いて学習する。	
	この回の到達目標	仮説検証について理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分

【授業計画】※日程について、複数の曜日・時限にて同授業を開講の場合は、併記を行っている。

回数	テーマ	内 容	
13	グループワーク	提示された課題について、グループワークを行い、企画書を作成する。	
	この回の到達目標	課題について理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
14	プレゼンテーション	グループワークで作成した企画書をプレゼンテーションする。	
	この回の到達目標	課題について理解し、説明することが出来る。	
	事前学修	講義ノートを読む。	120分
	事後学修	講義ノートを確認し、講義内容について復習する。	120分
15	後期のまとめ	試験に向けて、基本的な概念・事項を概観する。	
	この回の到達目標	分析に関する基礎的な知識を理解し、説明することができる。	
	事前学修	これまでの講義ノートを再度まとめ、基本概念や事項を説明できるようにする。	120分
	事後学修	試験に向けて、講義ノートを基に講義内容を復習する。	120分