

授業科目名	7. 経営戦略・組織管理論	
授業形態	講義	
単位数	1単位	
時間数	11. 25時間(90分授業×8回)	
担当教員名	國田 圭作(実務家教員)	
担当形態	単独	
【授業のテーマ及び到達目標】 この授業では「マネジメント」(経営管理)について理論とケースの両面から理解を深めていきます。実際に企業経営を執行する立場ではなくても、組織のメンバーである限りはマネジメントの当事者であり、リーダーシップを発揮してマネジメントレベルをより高める貢献が可能です。逆に「経営のプロ」を過信して全てを委ねてしまうことは組織にとって命取りになりかねません。したがって、この授業では受講者がそれぞれの所属組織の中でマネジメントのあり方を理解できるようになるために、以下の3つの知識理解を到達目標に設定します。・到達目標1) マネジメントについての古典的理論とその変遷を時代背景(市場環境変化)と合わせて理解している・到達目標2) 競争環境に適合し事業を持続させるための経営管理の主な要因について、キーワードと概念のレベルで理解している・到達目標3) 自身が所属する/あるいは顧客の組織を、マネジメントの観点で分析的に評価できる		
【授業の概要】 8回の授業を通じて、特に講師の専門領域であるマーケティングとの関連で「マネジメント」(経営管理)をわかりやすく紐解いていく。事例は毎回の授業の中に適宜、バランスよく織り込む。また、事例に関連したインタラクティブなディスカッションをグループセッション方式で毎回(原則)実施する。予習復習よりも、授業内で講師および他の受講生のコメントを咀嚼しながら質問あるいは発言するほうが生きた知識が定着すると考えるためである。受講生からも積極的に知っている事例を提示してくれることを期待する。		
【授業計画】		
第1回	戦略・組織・市場	経営がダイナミックなプロセスであることの理解
第2回	マネジメント概念の変遷	マネジメント理論とその変遷から概念を理解する 分析と計画策定、実行のためのフレームワーク
第3回	競争と市場創造	
第4回	知識創造のマネジメント	日本発の知識創造モデルと日本型経営、認知バイアス
第5回	ブランド・マネジメント	ブランドの生成と進化
第6回	ブランド経営	パーパス、ドメインとJOB理論
第7回	イノベーションとデザイン思考	創発プロセス、創造的破壊、キャズム理論
第8回	価値創造のマネジメント	まとめを含む
【授業外学習】 特に無し		
【教科書】 特に無し		
【参考書】C.クリステンセン『JOB理論～イノベーションを予測可能にする消費のメカニズム』ハーパーコリンズ・ジャパン、2017年 沼上幹『組織デザイン』日本経済新聞社、2004年 田中洋『ブランド戦略論』有斐閣、2017年 森岡毅『確率思考の戦略論』角川書店、2016年 鹿島茂『小林一三～日本が生んだ偉大なる経営イノベーター』中央公論新社、2018年 その他、授業内で適宜、紹介する		
【教材】 適宜パワーポイントの資料等を配布する		
【成績評価の方法・基準】 授業への参加態度・貢献度(20%)、および事後レポート提出(80%)により評価する		
【備考】 特に無し		