

開講科目名 Course	経営戦略論研究 (A) / Strategic Management (A)
時間割コード Course Code	13940
開講所属 Course Offered by	会計学研究科博士前期課程 /
開始年度・学期 Start Year・Semester	2022年度 / Academic Year 前期
曜限 Day, Period	金 / Fri 4
開講区分 semester offered	前期 / .
単位数 Credits	2.0
学年 Year	1,2
主担当教員 Main Instructor	松井 義司
科目区分 Course Group	関連科目
教室 Classroom	6 4 C 演習室
講義形式 Lecture Style	講義科目
担当教員名 Instructor (担当教員所属名 Affiliation)	松井 義司 (経営学部)
授業の目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経営戦略に関わる主な理論を理解する。</li> <li>・ 経営環境が変化の中で、必ずしも十分とは言えない限られた経営資源で、どのような工夫と仕組みにより、企業が変化に対応しているかについて理解する。</li> <li>・ 理論と事例を行き来することで、どのような状況でどの理論が有効であるか、各理論の有効性と限界についての理解を深める。</li> </ul>
授業の概要	<p>本講義は3つで構成している。</p> <p>1) 経営戦略の代表的な理論の紹介 (2つの戦略作成の流れ、4つの戦略アプローチ)</p> <p>2) 5つの事例紹介と関連理論の解説を通して、これらの理論の理解を深める。</p> <p>3) 戦略作成に用いる主な分析方法の紹介。</p>
評価方法	毎回の講義で出される課題 (小レポート) で評価を行う。
教員の指導に従わない以外の事由による失格基準	5回以上の欠席。5回以上の課題未提出。
授業計画	<p>第1回 イントロダクション (環境変化、経営で重要な3つの要素)</p> <p>第2回 イントロダクション (本講義で着目する経営戦略の6つの視点)</p> <p>第3回 経営戦略をつくる2つの流れ: 計画型の戦略策定、創発型の戦略形成</p> <p>第4回 ポジショニングアプローチ (企業の外: 顧客・市場に着目)</p> <p>第5回 資源・組織能力アプローチ (企業の内: 経営資源と組織能力に着目)</p> <p>第6回 ゲームアプローチ (自社に有利な経営環境をつくる工夫に着目)</p> <p>第7回 学習アプローチ (学習プロセスと学習の罨に着目)</p> <p>第8回 事例紹介 ヤマト運輸の業績悪化と宅配便事業の導入</p> <p>第9回 事例紹介 カメラのデジタル化: ボラロイドの失敗事例とカシオの成功事例</p> <p>第10回 事例紹介 清水清三郎商店 (鈴鹿の酒蔵) の事業転換と国際化</p> <p>第11回 事例紹介 エプソンの新興国向け製品の事業転換</p> <p>第12回 事例紹介 あいや (西尾の抹茶メーカー) の事業転換と国際化</p> <p>第13回 戦略作成に用いる分析方法: 戦略ポジション、採用者カテゴリー</p> <p>第14回 戦略作成に用いる分析方法: 製品ライフサイクル、PPM分析</p> <p>第15回 総括</p>
テキスト	なし。毎回の資料はグーグルクラスルームに掲載。
参考書	『戦略サファリ (第2版)』ヘンリー・ミンツバーグなど、東洋経済新報社、2013年。 『経営戦略原論』琴坂将広、東洋経済新報社、2018年。
アクティブラーニング、ディスカッション、実習等	含まない
アクティブラーニング、ディスカッション、実習等の内容	毎回の演習をディスカッション形式で進める。

実務経験のある担当教員による授業	該当しない
担当教員の実務経験を活かした授業の内容	教員は電機メーカーに勤務し、中東・ロシア・インドに駐在するなど、主に新興国の市場開発に従事して来た。実務と理論の両方の視点から、学生と企業活動について考えて行きたい。
質問への対応方法	演習中に質問への対応をする。
フィードバックの方法	毎回の演習の提出課題について次週でコメントする。
予習・復習等、準備学習の内容及び時間	毎回の演習で説明するテーマについて課題（小レポート）があるので、次週までに作成し提出する。
使用言語	日本語
SDGs 17の目標（1～10）	
SDGs 17の目標（11～17）	
PROGリテラシーの要素	
PROGコンピテンシーの要素	