【成績評価の方法・基準・割合】		到達目標										評価方法別の比率(%)
成績評価方法	評価基準	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
試験(定期試験/授業内試験)												
小テスト等												
レポート等	到達目標①②③④に関する経営学の基礎的な知識の習得、理解度、考察力について、課題(小テスト、レポート、報告等)により評価する。	25	25	25	25							100
討論・発表等												
授業への参画度												
その他()												
その他()												
その他()												
到達目標別の比率(%)		25	25	25	25							100

【課題に対するフィードバックの方法】
フィードバックについて、授業内で提示する。

【教科書・参考書等】					
書名	著者名	出版社名	発行年	種別	必要度
経営学入門	武石彰	岩波書店	2021	参考書	任意
わかりやすいマーケティング戦略 新版	沼上幹	有斐閣	2008	参考書	任意

備考	教科書は使用しない。参考図書について、授業で紹介する。
-----------	-----------------------------

【オフィスアワー】
初回の授業でアナウンスする。

【実務経験を活かした実践的教育について】	
担当教員の実務経験の有無	無 実務経験の内容
実務経験に基づく実践的教育の内容	

【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	ガイダンス 導入講義：企業経営とは	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	経営学の概要について、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・配布資料を確認し、講義内容について復習する。	120分
2	事業の目的と成果 事業のための基本構想－経営戦略	企業の目的、事業の定義、事業の成果－価値の創造と獲得、事業のための基本構想－経営戦略について、学習する。	
	この回の到達目標	事業の目的と成果、事業のための基本構想－経営戦略について、理解し説明することができる。	
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。	120分
	事後学修	講義ノート・配布資料を確認し、講義内容について復習する。	120分
3	競争優位－コスト優位と差別化	競争優位－コスト優位と差別化、競争優位の要因、競争優位の構築について、事例に即して学習する。	
	この回の到達目標	競争優位－コスト優位と差別化について、事例に即して理解し、説明することができる。	
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。	120分
	事後学修	講義ノート・配布資料を確認し、講義内容について復習する。	120分
4	アクティブラーニング、課題	講義で提示した経営学のテーマに関して、調査学習を行う。	
	この回の到達目標	講義で提示した経営学のテーマに関して、事例を調査し、まとめることができる。	
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。	120分
	事後学修	課題を提出する。	120分
5	顧客と商品の設定	顧客と商品の設定、市場の細分化について、事例に即して学習する。	
	この回の到達目標	顧客と商品の設定、市場の細分化について、事例に即して理解し、説明することができる。	
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。	120分
	事後学修	講義ノート・配布資料を確認し、講義内容について復習する。	120分
6	マーケティング・ミックス	プロダクト、プレイス、プロモーション、プライス、マーケティング・ミックスについて、事例に即して学習する。	
	この回の到達目標	マーケティング・ミックスについて、事例に即して理解し、説明することができる。	
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。	120分
	事後学修	講義ノート・配布資料を確認し、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	小テスト	第1回～6回の講義内容に関して、小テストを行う。	
	この回の到達目標	第1回～6回の講義内容について、復習する。	
	事前学修	講義ノート・配布資料を確認し、小テストの準備をする。	120分
	事後学修	小テスト及び第1回～6回の内容について、復習する。	120分
8	マーケティング戦略	顧客と商品の設定、マーケティング・ミックス、マーケティング戦略について、事例に即して学習する。	
	この回の到達目標	マーケティング戦略について、事例に即して理解し、説明することができる。	
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。	120分
	事後学修	講義ノート・配布資料を確認し、講義内容について復習する。	120分
9	ケース分析	身近な企業・産業を対象に、ケース分析を行う。	
	この回の到達目標	身近な企業・産業を対象に、ケース分析を行い、考察する。	
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。	120分
	事後学修	講義ノート・配布資料を確認し、講義内容について復習する。	120分
10	アクティブラーニング、課題	講義で提示した経営学のテーマに関して、調査学習を行う。	
	この回の到達目標	講義で提示した経営学のテーマに関して、事例を調査し、まとめることができる。	
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。	120分
	事後学修	課題を提出する。	120分
11	全社戦略、多角化	事業戦略の全体像、全社戦略、多角化の動機、効果、経営成果について、事例に即して学習する。	
	この回の到達目標	全社戦略、多角化について、事例に即して理解し、説明することができる。	
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。	120分
	事後学修	講義ノート・配布資料を確認し、講義内容について復習する。	120分
12	事業とドメインの定義	事業定義・ドメイン定義の重要性、事業定義の方法、ドメイン定義の注意点について、事例に即して学習する。	
	この回の到達目標	事業とドメインの定義について、事例に即して理解し、説明することができる。	
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。	120分
	事後学修	講義ノート・配布資料を確認し、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	ケース分析	身近な企業・産業を対象に、ケース分析を行う。
	この回の到達目標	身近な企業・産業を対象に、ケース分析を行い、考察する。
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。120分
	事後学修	講義ノート・配布資料を確認し、講義内容について復習する。120分
14	最終課題準備：調査	「経営学Ⅰ」で扱ったテーマに関して、調査し、報告準備を行う。
	この回の到達目標	「経営学Ⅰ」で扱ったテーマに関して、調査し、報告資料・レポートを作成する。
	事前学修	講義ノート・配布資料を読む。120分
	事後学修	テーマに関連する新聞・雑誌記事やニュースを調べる。報告資料・レポートを作成する。120分
15	最終課題：報告資料・レポート提出、報告	「経営学Ⅰ」で扱ったテーマに関して、調査内容をまとめ、報告資料・レポートを作成、報告する。
	この回の到達目標	「経営学Ⅰ」で扱ったテーマに関して、調査・報告を行い、企業経営に関する理解を深める。
	事前学修	調査内容をまとめ、報告資料・レポートを作成する。120分
	事後学修	報告資料・レポートを提出する。120分