

科目	経営学概論	担当	崔 俊	履修学年	1年
時間数	90分×時限×16回(週1回)	履修区分	必修	単位数	2単位

【授業目標・到達目標】

本講義では、経営の意味、組織と人間の意味に対する経営の本質的な意義を理解したうえで、その実践プロセスとしての経営戦略の意義とプロセスを明確にしてから、各管理要素の各論としてのヒト、モノ、カネ、マーケティング、情報管理、企業倫理、危機管理等に対する整理をすることで、経営とその実践の本質的な意義を理解するのが基本目標とする。これを通じて、経営を専門にする人として、より正しく、よりの確に経営を理解し、実践するための思考形成を目指す。

【履修注意】

- ・組織理論や経営管理論の各論の展開とその内容を熟知すること。
- ・経済 이슈や企業の動向に関する各種情報に関心を持って注目すること。
- ・関心を持っている企業を一つ選び、その企業の動向について、各週のテーマごとに考えてみることに。
- ・本講義は、経営学部の必修科目である。

【評価方法】

- ・定期試験70%、レポート10%、授業中のメモ・テスト整理10%、出席10%

【試験について】

- ・期末に15回の授業内容に対する総整理の意味を兼ねて、筆記試験を実施。
- ・再試験対象者の条件：50点以上、60点未満で、最低15回の内、11回以上出席している者。

【予習・復習】

- ・授業中出された課題に対する充実な復習とともに、講義内容について予習・復習することを勧める。

【教科書】

指定教科書なし。講義内容のPPテキストと毎回のメモ・テストを中心に整理

【参考書】

書籍名：『ゼミナール経営学入門』、著者：伊丹敬之、加護野忠男、出版社：日本経済新聞社

書籍名：『MBAマネジメントブック』、著者：株式会社グロービス編著、出版社：ダイヤモンド社

書籍名：『大学4年間の経営学が10時間で学べる』、著者：高橋伸夫、出版社：Kadokawa、2017

【その他の注意事項】

【授業計画・内容】

回数	項目	内容
1	経営とは	経営の本質的意味と目的、経営の対象、経営の枠組み
2	組織、企業、人間	経営の基本原則としての組織論とその主体としての人間観
3	経営戦略とは1	経営学発展、戦略論の展開、経営戦略の位置づけ
4	経営戦略とは2	戦略の語源、経営戦略の意義と定義、経営戦略の役割
5	経営戦略とは3	経営戦略の樹立と実践プロセス
6	人事とは	経営における人間観から、人の役割と仕事管理の意味を考える
7	財務とファイナンス	経営の基本要素であるお金の戦略的運用を理解、基本概念である貸借対照表、損益計算書の徹底理解
8	前半の総整理	経営戦略の意義、実践プロセス、核心戦略類型
9	前半の総まとめ	現代経営のジレンマ、人の意義、金融・財務中心のビジネス志向の問題点等の主題を以って、前半で整理した、経営の意義に対する再整理第10節
10	マーケティングとは1	経営の核心実践活動の一つであるマーケティングの意義と基本概念の理
11	マーケティングとは2	マーケティングの実践論理の整理
12	マーケティングとは3	実践的な観点からマーケティングの事例探求
13	技術経営とは	経営の核心的要素であり、ビジネスの展開において前提条件になる技術要素に対する認識不足を正したうえで、MOTと言われる最近の技術に対する経営の観点に関する理解を深める。第14節
14	グローバル経営とは	世界全体を視野に入れたグローバル戦略の実践を理解
15	経営の本質と理解まとめ	ビジネスの思考と経営の実践の総整理
16	期末試験	15週の内容の復習、総括テスト