

科目	経営戦略論	担当	崔 俊	履修学年	3年
時間数	90分×時限×16回(週1回)	履修区分	選択	単位数	2単位

【授業目標・到達目標】
 組織(企業)経営の核心ともいえる経営戦略の意義を理解した上で、戦略企画の実践プロセスを習得する。その基本概念に対する知識の土台の上で、次は日本企業を中心とした実例分析を通じて経営の実践や経営戦略樹立の最も基本である経営環境の意味と重要性、その分析方法を理解する。さらにそれに基づき、全社戦略、事業戦略、部門戦略のそれぞれの戦略レベルの観点からその実践戦略の基本概念を理解する。その上で戦略分析技法の一つであるSWOT分析の概念を応用し、自ら経営における実践的な戦略を構想し、企画・提案できる能力の修得を目指す。

【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。
 ・経済イシューや主な日本企業の動向に関する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または組織を一つ選び、その企業の戦略的動向に常に注目すること。
 ・本講義はマーケティングコース、女性キャリアマネジメントコースは必修、他のコースは学部推奨科目である。

【評価方法】
 他も久野評価においては、中間整理や期末テストの成績だけではなく、普段の学習の過程における努力も一緒に評価することを基本方針とする。
 ・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。
 ・8回目に授業内容の振興に合わせて中間整理を行う
 ・再試験対象者の条件：50点以上、60点未満で、最低16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やメモ・テストで整理した内容に対する充実な復習とともに、WBTにアップしてある講義内容のPPを活用し、予習・復習することを勧める。

【教科書】
 基本テキストはなし。講義内容のPPテキストと配布するテキストレジュメ、毎週整理するメモ・まとめシート使用

【参考書】
 書籍名：Implanting Strategic Management(戦略経営)、著者：Ansoff, H.I.、出版社：ダイヤモンド社、1990
 書籍名：『経営戦略の論理』、著者：伊丹敬之、西野和美、出版社：日本経済新聞社、2004
 書籍名：大学4年間の経営学が10時間で学べる、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	経営と経営戦略	まずは経営そのものの意味や意義と、経営(学)の枠組みの基本的な構造と要素を整理した上で、経営活動プロセスの中での経営戦略の基本意味を整理・理解する
2	経営戦略とは	戦略の語源、経営戦略の意義と定義、経営戦略の役割
3	経営戦略論の展開	テイラーの科学的管理法から経営戦略論の登場、今の戦略経営の時代に至る経営学発展過程を整理し、その中の戦略論の台頭と展開、経営学におけるまた経営の実践における経営戦略の位置づけを確認
4	経営戦略の実践プロセス	夢(経営理念)からビジョン、目標の設定、実践戦略の策定、戦略選択、実行、評価、フィードバックに至る経営戦略の樹立と実行のプロセスを理解する
5	経営戦略のレベル1	全社戦略、事業・競争戦略・部門戦略に分けて、戦略レベルごとの類型と意味を学習した上で、その中で全社戦略決定基準と事業構造の設定としてのポートフォリオ構成の基準要素と戦略的方向についての理解を通じて、経営戦略の全体像を明確にイメージできるようにする。
6	経営戦略のレベル2	経営戦略樹立の2番目のレベル、段階としての事業戦略設定、事業別競争戦略立案のプロセスと内容を整理する。ここではマイケル・ポーターの競争戦略の三つの基本戦略を中心に競争の原理とそのキーポイントを理解することになる。
7	経営戦略のレベル3 部門戦略設定、機能別戦略立案特性	財務、人事、マーケティング、技術、情報等、経営実践の各機能別の観点からの戦略樹立と実践の核心ポイントについて整理する。それによって経営戦略の樹立と実践の全体的なイメージを明確に把握できることを目指す。
8	前半の総整理	この段階で7節まで整理した、経営と経営戦略の意義、その戦略実践プロセス、戦略樹立における戦略のレベルと各レベルごとの基準要素、戦略実践のポイント等に対する内容をもう一度整理した上で、後半の段階別の経営戦略の樹立の実践に進む
9	経営戦略の樹立1	経営戦略樹立プロセス全体像、経営理念、ビジョン、経営目標の意味と設定方法
10	経営戦略の樹立2	経営戦略樹立の最も重要で、必須の要素である経営環境分析の基本的な概念を理解するのを目標に3枠に分けて整理する。まず一週目の10節では社会環境、経済環境、国際環境等の一般環境分析の意義とその要素を理解する。
11	経営戦略の樹立3	ここでは、自らの事業展開や目標に直接的な影響を及ぼしうる戦略環境についての分析を理解する。ここでは、マイケルポーターのFive Forces Model、Hoffer & Schendelの戦略類型モデル棟を通じて、相手を知り尽くすという意味で、競争者、顧客、戦略技術、諸利害関係者に対する理解と対応の方法論を理解する。
12	経営戦略の樹立4	己を知り尽くす。ここでは自分自身の能力や、置かれている状況等に対する内部環境分析の意味と方法論を整理する。ここでは、競争力分析、核心力量分析、内部資源(能力)の観点から、自分を知ることの意味と方法論を理解する。
13	戦略立案の探索	経営戦略の樹立の際に、効果的な概念的モデルとして活用されているSWOT分析、KFS分析、戦略ギャップ分析、実行条件評価方法の観点から、特にSWOT分析のツールを活用して、最終的な戦略樹立の集大成としての戦略立案を提案する概念的トレーニングを行う
14	戦略の選択と確定	第13節でのSWOT分析の結果に基づき、シナリオごとの特性分析を通じて、最終的な戦略の方向性と具体的な実践戦略を確定するプロセスと実践要素を整理する。
15	戦略の成功戦略の条件と経営戦略的核心理念レビュー	半年間の総まとめとして、ビジネスの思考と経営の実践イシューに対する総整理を行ったうえで、戦略を成功するためには、戦略の遂行や経営の実践において、チェックすべき成功要因を整理する。
16	期末テスト	