

年度 2008 学期 前期	曜日・校時 木曜 2校時	必修選択 選択	単位数 2
授業科目/(英語名)	経済と経営 (経営学入門) Economics and Business ( Introduction to Business Administration )		
対象年次 1・2年次	講義形態 講義	教室	
対象学生(クラス等)	全学部	科目分類 人文・社会科学科目	
担当教員(科目責任者) / Eメールアドレス/研究室/TEL/オフィスアワー 担当教員:阿部 智和/Eメールアドレス:abe-t@nagasaki-u.ac.jp/研究室:経済学部東南アジア研究所 306 /オフィスアワー:次の2パターン 授業後12時50分まで. メールでアポイントを取ってください. 随時対応します.			
担当教員(オムニバス科目等)			
授業のねらい/授業方法(学習指導法)/授業到達目標 (500文字)			
<p>授業のねらい:企業経営にとって重要な経営戦略について理解を深める事を目的としている. なお, 講義は受講者にとって身近な有名企業の事例を交えながら進めていく予定である.</p> <p>授業方法:講義およびグループ・ディスカッション. その他必要に応じて, 映像資料を用いる.</p> <p>授業到達目標:到達目標は受講者の経営リテラシーの向上にある. より具体的には, 以下の2点を達成するように, 受講者と教員が共に努力していきたいと考えている. すなわち, 経済誌(新聞やビジネス雑誌)を読み, その内容を理解できるようになる事. 経営戦略の基本的な概念を理解し, 実際の企業活動に関して簡単な分析ができるようになる事, の2点である.</p>			
授業内容(概要)/授業内容(毎週毎の授業内容を含む) (1300文字)			
<p>授業内容(概要)</p> <p>シラバス作成時点での授業計画は以下の通りである. 講義の前半はマーケティング戦略について解説する. 後半は, 経営戦略, とりわけ競争戦略に焦点を当て, 講義を進める.</p> <p>初回の講義時に簡単なアンケートを取る. その回答を見て, 若干内容を変更する可能性もある.</p> <p>第1回 イントロダクション 授業計画, 成績評価について 第2回 マーケティング戦略 4Ps (1) 第3回 マーケティング戦略 4Ps (2) 第4回 マーケティング戦略 セグメンテーション 第5回 マーケティング戦略 プロダクト・ライフサイクル 第6回 マーケティング戦略 市場地位別のマーケティング戦略 第7回 マーケティング戦略 第2回から第6回の総括 第8回 経営戦略論 業界の構造分析(1) 第9回 経営戦略論 業界の構造分析(2) 第10回 経営戦略論 業界の構造分析(3) 第11回 経営戦略論 その他の分析手法 第12回 経営戦略論 PPM(1) 第13回 経営戦略論 PPM(2) 第14回 経営戦略論 第8回から第14回の総括 第15回 全体の総括(試験を含む)</p> <p>なお, 講義で用いる資料は<a href="http://www.econ.nagasaki-u.ac.jp/staff/abe-t/">http://www.econ.nagasaki-u.ac.jp/staff/abe-t/</a> よりダウンロードできるようにする. 受講者は事前にプリントアウトして授業に臨むこと.</p>			
キーワード	企業経営, 経営戦略, マーケティング		
教科書・教材・参考書	参考書 沼上幹『わかりやすいマーケティング戦略』有斐閣, 2000. その他の参考書は, 授業中に必要に応じて紹介する.		
成績評価の方法・基準等	テスト(もしくは期末レポート) 70パーセント 授業中に課す小レポート・小テスト・ディスカッションへの参加 30パーセント 成績評価については, 初回講義時に詳しく説明する.		
受講要件(履修条件)	特にありません.		
本科目の位置づけ/学習・教育目標			
備考(準備学習等)	小レポートやグループ・ディスカッションの際には, 事前に下調べをしていくことが必要となる. 日本経済新聞や経済雑誌(日経ビジネスや週刊東洋経済など)を読み, ビジネスに対する関心を持って欲しい.		