科目名	経営戦略論Ｂ　　Corporate Strategy B						
科目担当者	岩切 道雄　　IWAKIRI Michio						
単位数	２	配当年次	２年	授業形態	講義	開講学期	後期
履修学部・学科［区分] 他学部他学科履修	経営学部・経営学科［専門教育科目　専門科目］ 他学部他学科履修〇					ディプロマポリシーとの関連	(2)(4)
授業の概要	前期に学んだ理論主体の知識、経験を振り返り、さらに実践的な戦略を理解、活用できる内容になっています。 特に競争戦略とともに、現代社会で使用されている国際化戦略、提携戦略（アライアンス）技術経営（ＭＯＴ）、製品をどのように売っていくかという製品戦略、価格戦略、チャネル戦略を学んだ上で、講義の締めくくりとして、ケーススタディにより、具体的な課題解決を考えます。 初学者への講義を前提としていますので、これまで経営学を学んだことが無い皆さんにも理解ができる内容と速度で進めて行きます。						
授業の到達目標	①　競争戦略の内容、策定プロセス全体を理解する。 ②　現代の戦略について、企業の具体的な経営戦略の事例を理解する。 ③　製品に関するブランド、価格、チャネル戦略について、具体的に理解する。 ④　企業の具体的な戦略の課題解決を考えることにより実践的な知識を身につける。						

授業計画・内容		
	1	経営戦略の実践：前期の振り返り、3 つの基本戦略
	2	競争戦略（1）：コストリーダーシップ戦略
	3	競争戦略（2）：差別化戦略
	4	競争戦略（3）：集中戦略
	5	競争地位別戦略：市場地位確立の 4 類型（リーダー、フォロワー、チャレンジャー、ニッチャー）
	6	現代の戦略（1）：国際化戦略
	7	現代の戦略（2）：提携戦略（アライアンス）、ＣＳＲ
	8	現代の戦略（3）：技術経営（ＭＯＴ）
	9	製品戦略：ブランド、プロダクトミックス、製品の定義
	10	価格戦略：価格とは、価格調整、価格設定
	11	チャネル戦略：チャネルの種類、機能
	12	ケーススタティ（1）：概要説明、チームディスカッション
	13	ケーススタティ（2）：チームディスカッション
	14	ケーススタティ（3）：個人研究発表
	15	まとめ

授業外学修 (事前学修)	毎回、授業範囲を予習し、専門用語の意味等をあらかじめ調べておきましょう（毎週 2 時間程度）
授業外学修 (事後学修)	毎回、授業内容について要点を整理し、不明な箇所を調べておきましょう（毎週 2 時間程度）

成績評価方法・評価比率・到達目標との対応	成績評価方法	評価比率	到達目標との対応
	定期試験 レポート	70% 30%	①②③④ ②③

成績評価基準	秀：（評点 90 点以上）到達目標を極めて高い水準で達成している場合 優：（評点 80 点～89 点）到達目標を高い水準で達成している場合 良：（評点 70 点～79 点）到達目標を一定の水準で達成している場合 可：（評点 60 点～69 点）到達目標を最低限の水準で達成している場合 不可：（評点 60 点未満）到達目標に達していない場合
教科書	資料を配布します。
参考文献	なし
その他	なし