

2025年度 長岡大学シラバス

授業科目名	企業経営研究 (Business Management)					担当教員	高橋 哲郎 (タカハシ テツロウ)	
2020-23年度 入学者(20K-23K)	科目コード	科目区分	必修・ 選択区分	単位数	配当年次	開講期	科目 特性	知識定着・確認型AL
	2037-2-23-105	専門科目	選択	2単位	2年次	後期		
2024-25年度 入学者(24K-25K)	科目コード	科目区分	必修・ 選択区分	単位数	配当年次	開講期	科目 特性	知識定着・確認型AL
	2437-2-23-044	専門科目	選択	2単位	2年次	後期		

① 授業のねらい・概要
本講義では、企業経営の基本概念、経営戦略、組織管理、マーケティング、財務、企業倫理、最新の経営課題について学ぶ。理論だけでなく、実際の企業事例を用いたケーススタディを通じて、現実の経営課題への理解を深める。
② ディプロマ・ポリシーとの関連
2職業人として通用する能力/3専門的知識・技能を活用する能力を養う。
③ 授業の進め方・指示事項
講義は、パワーポイントを活用し講義を行う。参考資料はインターネット上の教材フォルダから閲覧する方法で進める。講義冒頭で前回講義の復習を行う。正当な理由のない遅刻・途中退席は認めない。日々の社会的な出来事も積極的に取り上げるほか、学生の意見を取り入れつつ、講義を進める。そのため、授業内容が変更となる場合がある。
④ 関連科目・履修しておくべき科目
「経営学」で学んだ知識が土台となる。「経営学」が履修済みであることが望ましい。
⑤ テキスト(教科書)※授業で使用する。
テキスト指定なし。授業開始時にインターネット上の教材フォルダから閲覧する方法を指導する。
⑥ 参考図書・指定図書 ※授業では使用しないが、授業内容に関係し、理解を深めるために必要とする。
伊丹 敬之『経営戦略の論理 第4版: ダイナミック適合と不均衡ダイナミズム』2012年 日本経済新聞出版
⑦ 担当教員からのメッセージ(昨年度授業アンケートを踏まえての気づき等)
学生の理解度・習熟度を確認し、具体例をまじえつつ講義を進めていく。
⑧ 評価Aに対応する具体的な学習到達目標の目安
(i) 経営戦略の主要概念を正しく理解し、基本的な事例分析ができる。 (ii) 主要な組織・マネジメント理論を正しく理解し、基本的な企業事例と結びつけられる。 (iii) 財務・マーケティングの基本概念を理解し、データを用いた分析が一定程度できる。

⑨ ルーブリック					
評価基準	S	A	B	C	D
評価項目	到達目標を越えたレベルを達成している	到達目標を達成している	到達目標達成にはやや努力を要する	到達目標達成には努力を要する	到達目標達成には相当の努力を要する
(i) 経営戦略の理解度 (SWOT分析、ポーターの競争戦略、企業成長戦略など)	経営戦略の各概念を深く理解し、事例を用いた分析が的確にできる。理論を実践に応用できる力がある。	経営戦略の主要概念を正しく理解し、基本的な事例分析ができる。	経営戦略の基本的な理解はあるが、事例分析の論理性や深さが不足している。	理論の理解が部分的で、事例分析が適切にできないことがある。	理論の理解が不十分で、経営戦略の基本概念を正しく説明できない。
(ii) 企業組織とマネジメントの理解度 (組織構造、リーダーシップ、企業文化など)	経営戦略の各概念を深く理解し、事例を用いた分析が的確にできる。理論を実践に応用できる力がある。	主要な組織・マネジメント理論を正しく理解し、基本的な企業事例と結びつけられる。	理論の基本は理解しているが、企業事例との関連が弱い。	理論の理解が浅く、説明に不明瞭な点がある	理論の理解が不十分で、組織構造やマネジメントの概念を説明できない。
(iii) 財務・マーケティングの理解度 (財務諸表、マーケティング4P、ブランド戦略など)	財務・マーケティングの概念を深く理解し、企業事例を用いて適切に分析できる。データを活用した説明ができる。	財務・マーケティングの基本概念を理解し、データを用いた分析が一定程度できる。	基本概念の理解はあるが、具体的なデータ分析や応用が不足している。	理論の理解が部分的で、財務やマーケティング戦略の説明が曖昧。	理論の理解が不十分で、財務・マーケティングの基本概念を正しく説明できない。

⑩ 学習到達目標（評価項目）	定期試験 (レポート含む)	小テスト	課題	発表・ 実技	授業への 参加・意欲	その他	合計
総合評価割合	60%		30%		10%		100%
(i) 経営戦略の理解度	20%		10%		4%		34%
(ii) 企業組織とマネジメントの理解度	20%		10%		3%		33%
(iii) 財務・マーケティングの理解	20%		10%		3%		33%
フィードバックの方法	初回講義内で、成績評価の方法・基準、講義の進め方、試験の方法等について、具体的に説明するので、出席すること。						

⑪ 授業計画と学習課題			
回数	授業の内容	授業外の学習課題と時間（分）（※特別な持参物）	
1	イントロダクション - 企業経営とは何か 授業の進め方と評価方法の説明	講義の復習（企業の目的と役割、 経営学の基本概念）	180分
2	企業の成長と経営戦略の基本	講義の復習（企業のライフサイクル、SWOT分析とポ ーターの競争戦略、事業ドメインの決定）	180分
3	企業組織とマネジメント	講義の復習（組織構造の種類、組織文化とリーダー シップ、組織変革とイノベーション）	180分
4	マーケティング戦略の基本	講義の復習（マーケティングの4P、市場分析とター ゲティング、ブランド戦略と顧客ロイヤルティ）	180分
5	財務・会計の基礎	講義の復習（企業財務の基本、企業の資金調達と投 資判断、財務戦略とコーポレートファイナンス）	180分
6	中小企業とベンチャービジネス	講義の復習（大企業と中小企業の経営の違い、ベン チャー企業の成長戦略、スタートアップ支援制度）	180分
7	企業と社会的責任（CSR）	講義の復習（CSRの概念と企業の社会的責任、ESG投 資とサステナビリティ経営、SDGsと企業の役割）	180分
8	グローバル経営と多国籍企業	講義の復習（国際ビジネスの基本、グローバル展開 の戦略、文化の違いとマネジメント）	180分
9	デジタル時代の経営（DX・AI・IoT）	講義の復習（DXの影響、AI・ビッグデータ活用の最 新事例、スマートファクトリーとサプライチェーン の変革）	180分
10	日本企業の特徴と経営課題	講義の復習（日本企業の強みと弱み、企業ガバナ ンスの課題、終身雇用・年功序列制度の変化）	180分
11	ケーススタディ① - 成功する企業の条件	講義の復習（成功企業のビジネスモデル分析、競争 優位の源泉とは何か、持続可能な成長の条件）	180分
12	ケーススタディ② - 経営の失敗事例と教訓	講義の復習（企業破綻の原因分析、経営判断ミスと リスク管理、再生戦略と企業の復活）	180分
13	リーダーシップと企業文化	講義の復習（経営者の役割とリーダーシップのスタ イル、企業文化が業績に与える影響、各経営者のリ ーダーシップ分析）	180分
14	企業経営の未来	講義の復習（これからの企業経営のトレンド、環境 変化への適応力、AIと経営の未来）	180分
15	まとめとディスカッション	講義の復習（これまでの内容の総復習、企業経営に おける今後の課題、期末試験またはレポート提出）	180分

⑫ アクティブラーニングについて
<p>知識定着・確認型ALを採用する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・毎回講義中に課題・問題を出すことにより、インプット型の講義に加えて、学生の知識のアウトプットも重視し、知識の定着を目指す。</li> <li>・前回講義中に受け付けた質問・感想、及び宿題の内容について、講義中にフィードバックを行うことで、理解度を高めていく。</li> </ul>

※以下は該当者のみ記載する。

⑬ 実務経験のある教員による授業科目
実務経験の概要
実務経験と授業科目との関連性