

|      |             |         |         |      |     |
|------|-------------|---------|---------|------|-----|
| 科目名  | コマース研究ゼミナール | 科目コード   | 1211    | 単位数  | 2   |
| 担当者名 | 村松 祐二       | 開講セメスター | 第6セメスター | 開講年次 | 3年次 |

● 授業のねらい

日常ありふれた商品も、どのようにして今ここに提供されているのかを尋ねられると、途端にわからなくなるものです。その背景には企業の合理的経営と国際分業が存在しますが、ゼミナールでは日常生活に不可欠な商品が、どうしたら効率的に生産・販売・消費されるのかを考えます。

● 到達目標

様々なビジネスを企業経営の視点から考える訓練をとおして、経営学的な知識の習得と応用、問題解決能力の向上をめざかとともに、あわせて自ら課題を発見し解決する能力を身につけます。

● 授業内容

- 1週目 戦略的思考法について
- 2週目 ついついはまる、落とし穴
- 3週目 ビジョンを描かず、現実ばかりを見る
- 4週目 不都合な真実を見ない
- 5週目 大きな真実が見えない
- 6週目 似て非なることを間違える
- 7週目 「思考プロセスの落とし穴」に関する事例研究
- 8週目 「思考プロセスの落とし穴」に関するグループディスカッション
- 9週目 絞り込みが足らず、メリハリがない
- 10週目 事前の仕込みが足りない
- 11週目 段階を追った、流れの設計がない
- 12週目 正ばかりで、奇も勢いもない
- 13週目 「戦略内容の落とし穴」に関する事例研究
- 14週目 「戦略内容の落とし穴」に関するグループディスカッション
- 15週目 人間性弱説の戦略論
- 16週目 まとめ、但し、やむを得ず、15週目までの授業内容を実施出来なかった場合は補講授業を行います。

● 準備学習(予習・復習)等の内容

テキストの内容を全員で丁寧に読み解いてゆく方式でゼミを進めるので、テキスト各章末にあげられている文献が基本的な参考文献となります。また『週刊ダイヤモンド』『週刊東洋経済』『日経ビジネス』『週刊エコノミスト』等ビジネス誌の特集記事も参考になります。こうした文献・資料には図書館等で可能な限り目をとおしてください。

● 成績評価の方法・基準

各自の取り組みから評価します。

● 履修上の留意点/課題に対するフィードバックの方法

新聞は毎日目をとおすよう、心がけてください。

● テキスト

伊丹啓之『なぜ戦略の落とし穴にはまるのか』（日本経済新聞出版社）1,700円+税

● 参考書

なし。

● 更新日付

2019/02/25 07:36