

科目名・クラス Course title	開講時期 Term	曜日・時限 Day of the week	単位数 Credit	担当者名 Instructor
リーディング 経営特論Ⅱ	前期	木曜日	2	牧野 恵美
必修・選択 Required/Elective	対象学年	使用言語 Language	キーワード Keyword	
必修	1・2年次	日本語	マネジメント/リーダーシップ	

授業概要と進め方 Course Outline

高性能な製品が売れるとは限らない。このことを体験的に学ぶため、シミュレーションゲーム、Markstrat を講義で使う。Markstrat は世界中のビジネススクールで使用されている。本講義ではコース生がマーケティングとビジネス経験がほとんどないということ的前提に、ゲームを「経営の意思決定を練習する場」としてとらえて演習を進める。市場に受け入れられる性能、価格等を適切にバランスさせて初めて売れる商品となる。企業経営者の立場から製品開発、販路の選択、価格の決定、人事配置、広告・調査等を実際にゲームの中で実際に意思決定することで体験的に製品開発を含めたマーケティングを学ぶ。

ゲームと並行して、アントレプレナーシップとリーダーシップについて学ぶ。自分の専門研究とイノベーションとの関連を考察するため、レゴを使ったワークショップを実施。ポジティブ心理学に基づく強み診断テストを受け、経営者・リーダーとしての資質を考察する機会も設ける。

到達目標(授業全体の教育目標・個別の学習目標) Student Objectives

- マーケティング理論の重要概念である Targeting、Segmentation、Positioning の応用方法を習得
- 理論としての技術経営論をマーケットで適用し、実践力を養う
- 英語で作成された財務諸表、市場レポートの読解力強化
- 自分の強みを考察し、ゲームという場で実践することで、チームワークとリーダーシップ能力を高める
- 意思決定の練習をすることで経営マインドを養成

授業計画・スケジュール Schedule

- 第1回 ゲームのガイダンス
- 第2回 ゲームのチーム編成
- 第3回 強み診断テスト
- 第4回 マーケティングゲーム 1
- 第5回 レゴ・ワークショップ
- 第6回 レゴ・ワークショップ
- 第7回 マーケティングゲーム 2
- 第8回 マーケティングゲーム 3
- 第9回 マーケティングゲーム 4
- 第10回 マーケティングゲーム 5
- 第11回 マーケティングゲーム 6
- 第12回 マーケティングゲーム 7
- 第13回 マーケティングゲーム 8
- 第14回 マーケティングゲーム 9 最終回・チーム最終発表

教科書・テキスト Textbook

Markstrat Participant Handbook、教員作成スライド

授業キーワード Keyword
マーケティング、イノベーション、リーダーシップ、チームワーク
参考書・参考となるホームページ Reference books and Websites
学習相談 Office Hour
個別に対応
その他 Others

到達度評価 Evaluation		
評価方法	評価	評価基準等
試験・小テスト		
レポート（課題提出）	40%	期日まで提出し、課題が求めている内容に沿ってレポートが書かれているかで評価
発表・プレゼンテーション		
出席	40%	演習中心のため、出席重視
その他（貢献）	20%	ゲームに参加し、チームに十分、貢献しているかなどで評価

アンケートの実施	最終講義終了後実施する。
-----------------	--------------