

	回数	内容	サテライト 開講	対面/録画
授業の計画	第1回	オリエンテーション、授業の進め方、各授業テーマの紹介、履修者の役割を説明します。	—	対面
	第2回	1. 経営環境の変化、どんな変化を認識していますか。	—	対面
	第3回	2. 知識社会におけるマネジメントの戦略（ドラッカー） 工業化社会におけるマネジメントと知識社会におけるマネジメントでは、その役割が大きく異なる	—	対面
	第4回	上記に関する討議	—	対面
	第5回	3. 戦略クラフティング（ミンツバーク） 戦略は、単に計画立案とは異なり、工芸的な要素が重要となる	—	対面
	第6回	上記に関する討議	—	対面
	第7回	4. 競争優位の戦略（ポーター） 戦略とは集中と選択によって競争優位性を獲得する	—	対面
	第8回	上記に関する討議	—	対面
	第9回	5. 資源ベストビュー（バーニー） 競争力は、その組織が持つ資源に依存する	—	対面
	第10回	上記に関する討議	—	対面
	第11回	6. サプライチェーン、企業間戦略（リー） 他社のも資源を有効活用する企業連携をデザインすることが、重要な戦略である	—	対面
	第12回	上記に関する討議	—	対面
	第13回	7. CSR、CSV など 社会との共生（プラハラッド） 企業は利益を上げるという目的だけではなく社会の一員として、社会と共生しなければ生き残ることができない	—	対面
	第14回	上記に関する討議	—	対面
	第15回	8. 戦略マップ（キャプラン） 戦略は策定するだけではなく、それらを効果的に組織内部で共有し、現場で実施されなければならない	—	対面
	試験	下記、成績評価を参照	—	対面
成績評価	1. 講義レポート ・ 毎回担当者が提出する講義レポートの記述内容で評価する：20点 2. 課題（提出期限などのルール準拠度、提出点、内容） ・ 第4回講義後 課題：20点満点 ・ 第15回講義後 レポート：40点満点 3. プレゼンテーション（各回および最終、発表内容）20点満点			
教科書・教材	教科書は特に指定しない 講義で使用する教材、論文はLMSシステムで配布するので、各自授業前にダウンロードし、事前の読んでおく			
参考図書	Drucker, P., Managing in the Next Society, St Martins Pr, 2002 (上田惇生訳『ネクスト・ソサエティ』ダイヤモンド社, 2002年). Porter, M. E., Competitive Strategy, The Free Press, 1980 (土岐他訳『競争の戦略』ダイヤモンド社, 1982年, 56-64頁). Barney, J. B., "Is Sustained Competitive Advantage Still Possible in the New Economy?," 2001(岡田監訳「リソース・ベスト・ビュー」『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー』 May, 2005, 78-87頁). Kaplan, R. S. & D. P. Norton, Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes, Harvard Business School Press, 2004 (櫻井通晴, 伊藤和憲, 長谷川恵一監訳『戦略マップ』ランダムハウス講談社, 2005年) .			
獲得可能なコンピテンシー		獲得可能度合 (◎ ○ △ -)	獲得可能な内容	
メ タ	コミュニケーション能力	◎		
	継続的学修と研究の能力	◎		
	チーム活動	—		
コ ア	システム提案・ネゴシエーション・説得	—		
	ドキュメンテーション	◎		
	革新的概念・発想	◎		
	ニーズ・社会的・マーケット的視点	—		
	問題解決	—		
	リーダーシップ・マネジメント	—		
	ファシリテーション・調整	—		

専攻名	両専攻共通	必修・選択	選択	単位	2	学期	3Q
科目群	事業アーキテクチャ系科目群	科目名	スタートアップ戦略特論			教員名	酒森 潔
		(英文表記)	Business Startup Strategy				

概要	<p>起業あるいは新規事業を立ちあげ、成長を遂げていくためのスタートアップの活動を理解する。活動の流れを体系的に理解し、事業計画、資金調達・キャッシュフロー等の資金管理、人材・知財等の資源管理、ブランディング等のマネジメントを学ぶ。講義は一般的な事業戦略や企業経営の用語について簡単に整理して理解したのち、企業経験のある外部講師を招待し、自らの体験や起業に関する体験を説明していただく。その後、それぞれの講演内容について講師や学生間で議論する。</p>			
目的・狙い	<p>新しいビジネスを立ち上げるためには、事前のマーケティング戦略やブランディングから始まり、企業のミッションやビジョンづくり、企業における資金調達から、人材の調達、チーム育成など様々なマネジメントワークが必要になります。</p> <p>本講義では、まず、企業の戦略手法、経営理念の構築、マーケティングやブランディング、ビジネス戦略の立案から、組織経営、チームマネジメントなど必要な基本技術を学びます。さらに、実務レベルでスタートアップの経験を持つ各界の第1号者に、事例を紹介していただき、それをたたき台にしたチームでの議論を通じて、さらに実践的なスタートアップ戦略について理解を深めます。</p> <p>修得できる知識単位:</p> <p>(A2) K-08-19-01: 経営戦略手法 (レベル3) 競争戦略、差別化戦略、グループ経営、企業理念、SWOT分析、PPM、成長マトリクス、アウトソーシング、インキュベータ</p> <p>(A2) K-08-19-02: マーケティング (レベル4) 広告戦略、ブランド戦略</p> <p>(A2) K-08-19-03: ビジネス戦略と目標・評価 (レベル4) ビジネス戦略立案、ビジネス環境分析、戦略目標</p> <p>(A3) K-09-22-01: 経営・組織論 (レベル4) 経営組織、CI、コーポレートガバナンス、ヒューマンリソース</p> <p>(A3) K-09-22-03: 会計・財務 (レベル3) 財務会計、管理会計、会計基準、財務指標、IFAS</p> <p>(A3) K-09-23-03: 労働関連・取引関連法規 (レベル3) 労働基準法、外部委託契約、労働者派遣法</p> <p>(A3) K-09-23-04: その他の法律・ガイドライン・技術者倫理 (レベル3) コンプライアンス、会社法</p>			
前提知識 (履修条件)	<p>業務経験があり、将来自ら起業、あるいは企業の中で新規事業の立ち上げを考えている人</p>			
到達目標	<p>上位到達目標</p> <p>自ら新規ビジネスを起業したり、企業内で新しい事業の企画を創造することができるようになる。</p>			
	<p>最低到達目標</p> <p>新規ビジネスの立上げや、新しい事業創造にスタッフとして関与しマネージメントを補佐することができる。</p>			
授業の形態	形態	実施	特徴・留意点	
	録画・対面混合授業	—		
	対面授業	講義 (双方向)	○	通常講義や、招待講師の経験講義はこの形式で行う。
		実習・演習 (個人)	—	
		実習・演習 (グループ)	◎	招待講師の事例に対してチームでの議論
サテライト開講授業	—	サテライト受講は不可		
その他	—			
授業外の学習	<p>講義終了後に次回講義までの課題を指示するので、その課題に取り組み次回の講義で提出すること。</p>			
授業の内容	<p>本科目は、講義・議論及びグループワークから構成される。授業計画を以下に示す。グループ演習への積極的参加が求められる。</p>			

	回数	内容	サテライト 開講	対面/録画
授業の計画	第1回	本講座の概要の解説、スタートアップとは何か俯瞰的な講義を行い、受講するにあたっての心構えについて説明する	—	対面
	第2回	スタートアップに必要な、企業経営概要、企業会計、経営戦略、マーケティング、経営組織、ビジネスモデルなどの講義を行う	—	対面
	第3回	事業アーキテクトコースの解説とスタートアップ戦略特論の位置づけについての解説	—	対面
	第4回	スタートアップの事例1の紹介と、それに関する議論を行う	—	対面
	第5回	事例2 実務の事例を招待講師による講演 * 2015年は企業内新規事業の立上げの例として、IT企業である東芝が新しく植物工場の立上を行った事例を「新規事業開発部」の有賀氏に講演をいただいた。	—	対面
	第6回	事例2のビジネスモデルに関するディスカッション	—	対面
	第7回	事例3 新規事業の立上げ事例の紹介 * 2015年度は株式会社アストロ数理ホールディングス代表取締役社長、日下氏の、企業立上げの経験講演、および某社の立上げ失敗事例の説明いただいた。	—	対面
	第8回	事例3に対するディスカッション	—	対面
	第9回	事例3を元にしたビジネスモデルに関するディスカッション * 2015年はアライク社のビジネスモデルのディスカッション	—	対面
	第10回	事例3をのディスカッションで得たものをチームで発表	—	対面
	第11回	事例4 新規事業の立上げ事例の紹介 * 2015年は株式会社アストロ数理ホールディングス代表取締役社長の鴻巣氏による、スタートアップの事例解説および質疑応答を行った。	—	対面
	第12回	事例4に対するディスカッション	—	対面
	第13回	事例4に対する新たな課題の提示と、チームディスカッション * 2015年は鴻巣氏が紹介した Fab.com 社のビジネスモデルを検討した	—	対面
	第14回	事例4 チーム発表 * 2015年は Fab.com 社の事例について討議し、発表した	—	対面
	第15回	スタートアップ戦略のまとめ	—	対面
	試験	筆記試験	—	対面
成績評価	課題（レポート、演習）60%、試験（筆記）40%を基準として総合的に評価する。レポート等の提出物は締切や形式を重視する。			
教科書・教材	資料は manaba 上にオンラインで配布する。			
参考図書	講義時に適宜指示する。			
獲得可能なコンピテンシー		獲得可能度合 (◎ ○ △ -)	獲得可能な内容	
メ タ	コミュニケーション能力	—		
	継続的学修と研究の能力	—		
	チーム活動	—		
コ ア	システム提案・ネゴシエーション・説得	—		
	ドキュメンテーション	—		
	革新的概念・発想	—		
	ニーズ・社会的・マーケット的視点	—		
	問題解決	—		
	リーダーシップ・マネジメント	—		
	ファシリテーション・調整	—		

専攻名	両専攻共通	必修・選択	選択	単位	2	学期	4Q
科目群	事業アーキテクチャ系科目群	科目名	マーケティング特論			教員名	川名 周
		(英文表記)	Marketing				

概要	マーケティング、特に、マーケティング・コミュニケーションとは何かを理解することを目的に講義を進める。適宜、グループワークによるディスカッションやプレゼンテーションを入れることで、マーケティングを「自分ごと」としていく。			
目的・狙い	<p>「社会人学び直し」マーケティング講座の位置づけで、マーケティングの基礎から実務、そして、最新トピックスまで学びます。</p> <p>あわせて、情報アーキテクト、そして、ものづくりアーキテクトのプロとして進む者にとって、マーケティング機能がどのように関わってくるのか、その関連性についても論じていきます。</p> <p>マーケティング実務に関わったことが無い方にも、演習等を通して、体得型の理解を進めます。</p> <p>修得できる知識単位:</p> <p>(A2) K-08-19-01: 経営戦略手法 レベル4</p> <p>(A2) K-08-19-02: マーケティング レベル4</p> <p>(A2) K-08-19-03: ビジネス戦略と目標・評価 レベル4</p> <p>(A2) K-10-24-01: 顧客のビジネス知識 レベル4</p>			
前提知識 (履修条件)	マーケティングに興味/関心があること。(マーケティング実務経験の有無は問わない)			
到達目標	上位到達目標			
	「マーケティング」とは何かの感覚やセンスが身に付く。実務でより一つ上のマーケティングにチャレンジできる。情報アーキテクト、ものづくりアーキテクトを進める上で、マーケティング要素を加えられ、より成功確率の高い事業を行える。			
到達目標	最低到達目標			
	「マーケティング」の概念理解、「マーケティング・コミュニケーション」/広告論の基礎理解。			
授業の形態	形態	実施	特徴・留意点	
	録画・対面混合授業	—		
	対面授業	講義(双方向)	○	各回、簡単なクイズ(ワークシート)あり
		実習・演習(個人)	—	
		実習・演習(グループ)	○	講義期間中にグループワークを数回行う予定
サテライト開講授業	—			
その他	—			
授業外の学習	毎回配布するワークシート(講義の感想や次回テーマに関すること等)に答えてくる。			
授業の内容	本科目は、講師よりの講義/講師とのディスカッション/グループワークから構成される。			