

# 現代経営学応用研究（戦略マネジメント）

担当教官 原田 勉

## I. 授業のテーマと目標

経営戦略立案をテーマとして、これらの領域の代表的な分析手法について取り上げ、講義・演習を行う。目標は、具体的な事例やデータが与えられたとき、講義で取り上げた手法を駆使して優れた分析が実行でき、有効なアクション・プランを策定できる能力を養成することにある。

## II. 授業の概要と計画

この授業は、必要な理論や分析手法を解説するレクチャーと、それらを駆使したケース演習から構成される。受講者は、事前に配布したケースについて独力で分析し、授業に望んでもらいたい。主要な内容は次の通り。

### 第1回（4月30日） 経営戦略の基本的枠組み

経営戦略の定義、基本的なフレームワークについて解説し、経営、戦略の本質について議論します。使用ケース「ドットコム社の新製品戦略」（『戦略立案編』収録）

### 第2回（5月7日） 事業コンセプト・顧客分析

事業コンセプトや競争戦略、顧客分析の手法について議論します。使用ケース「ピックス社の事業コンセプト」（『戦略立案編』収録）

### 第3回（5月21日） ビジネスシステム分析

戦略を実現するためのビジネスシステム分析の手法について議論します。使用ケース「Matching Dell」（HBS）  
（邦訳あり。「デル・コンピュータ」。どちらでも可）

### 第4回（5月28日） SWOT 分析

ファイブフォース分析、SWOT 分析の手法について議論します。使用ケース「調味料の認知度調査」（『マーケティング編』収録）

「Rohm and Haas (A): New Product Marketing Strategy」（HBS）

### III. 成績評価方法と基準

授業への出席・貢献、レポートなどから総合的に評価する。

### IV. テキスト

拙著『実践力を鍛える 戦略ノート[戦略立案編]』（東洋経済新報社）

『実践力を鍛える 戦略ノート[マーケティング編]』（東洋経済新報社）

上記のハーバード・ビジネススクール（HBS）のケースについては、インターネットから注文し、各自購入しておくこと（<http://www.bookpark.ne.jp/harvard>）。

以上