

## 参考

### 2024年度インバウンド需要に対応したMICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	マーケティング	担当者	山本 昭二	実施年月	2024年6月・10月
-------	---------	-----	-------	------	-------------

#### ■講義概要

現代のマーケティング戦略は、セグメンテーションとターゲティングを中心とした「選択と集中」戦略と、顧客とのリレーションシップを重視するリレーションシップ・マーケティングの二つの側面があります。この二つの戦略は決して相矛盾するものではなく、補完的な性格を持っています。本講座では、まずセグメンテーション、ターゲティングからポジショニングに至る道筋を平易に説明します。その後で顧客満足から顧客維持戦略に至る道筋を解説します。MBAの授業で行われる方法を利用してケース教材を使ったディスカッションを行います。

#### ■受講をお勧めしたい方

- ・マーケティングに関して勉強したいと考えている初学者の方でコンパクトにその内容を理解したいと考えている方
- ・ある程度マーケティングについては知識があるが、それらの知識の総合的な理解を深めたいと思っている方

#### ■受講に必要な知識・実務経験

- ・マーケティングについて特に知識を持っている必要はありません。

#### ■各回の授業内容

##### 第1回

###### マーケティングの役割

企業におけるマーケティングの主な役割は、「顧客に競合企業以上の価値を提供(deliver)することにより競争を勝ち抜き、長期的に利潤を生み出す」ことであって、単なる販売のための技術ではありません。顧客価値を生み出し、維持するには何をすればよいのか、また必要な企業の仕組みをどのように作り上げ、運用すればよいかを考えます。

##### 第2回

###### マーケティングの基本戦略

マーケティングに関する具体的な計画を立てる際、マーケティング諸活動の方向性を明確にし、一貫性を持たせるためにどうしても必要なのが、マーケティングの基本戦略と言われるセグメンテーション、ターゲティングとポジショニング(STP)です。顧客をそのニーズや欲求によって分け(セグメンテーション)、標的とするセグメントを選び出し(ターゲティング)、競争優位性を持ったマーケティング活動を展開する(ポジショニング)にはどうすればよいかを平易に解説します。

##### 第3回

###### 顧客の好みと製品開発

顧客の好みに合わせた製品を市場に提供するというのは、マーケティングの基本的な考え方です。この顧客の好みをどの様に理解するのかという問題から製品開発の過程を説明します。近年は機能の決定からデザイン思考の開発も進んできています。その違いも含めて簡単なケースを使って実際の開発コンセプトを商品にするまでを講義します。

##### 第4回

###### リレーションシップ・マーケティング

顧客満足は、現代の企業経営にとって重要な要素になっています。顧客を維持することから得られる利益は、長期に渡る企業の成長を支えていきます。顧客維持から利益を引き出すマーケティング手法を解説します。また近年進展しているデジタルマーケティングにも言及します。リレーションシップに問題を抱えるサービス企業の事例を取り上げます

## 参考

### 2024年度インバウンド需要に対応したMICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	経営戦略	担当者	吉村 典久	実施年月	2024年7月・11月
-------	------	-----	-------	------	-------------

#### ■講義概要

「経営戦略」の立案に向けて必要な、基礎的な理論・フレームワークについて学んで頂く。ただし、単に理論などを学ぶのではない。その際に重視するのは、これまでのビジネスの経験から知らず知らずのうちに自らが持っている（あるいは今後、持つかもしれない）“how to view”を見直す機会とすることである。これまでの成功あるいは失敗の体験から自らが暗黙に持っているモノの考え方のクセ（日常の理論）を見直して、新たな“how to view”の獲得を是非、目指して頂きたい。「そんな考え方もあるんだ!」「そんな考え方の背景にある論理は?」と議論を深めていきたい。講義では、自らの現在の“how to view”の確認をして頂くなどして、出来る限り、「自分の頭で考える」ことをお願いしたい。また理論などの学びについても出来るだけ、事例紹介などを通じて具体的に論じていく予定です。

#### ■受講をお勧めしたい方

- ・経営戦略に関するベーシックな知識を得たいと考えている方
- ・経営戦略の理論を実践に応用するスキルを養いたい方
- ・今後、経営戦略の立案、策定、実行に携わりたいと考えている方
- ・ビジネススクールへの入学を考えている方

#### ■受講に必要な知識・実務経験

- ・特に必要な知識はありません

#### ■各回の授業内容

##### 第1回

「経営戦略」の立案に関わる“how to view”

個人またグループでのエクササイズを通じて、いくつか存在する“how to view”のうち、特定の“how to view”に囚われていないか、を確認して頂きます。また立案の前提となる「コーポレートガバナンス」の問題における“how to view”についてもお考え頂くなど、まずは頭の中をほぐして頂きたいと思います。「なぜ、この会社は利益を上げ続けることが出来ているのか? その理由は?」。「なぜ、この会社は利益を上げ続けることが出来ているのか? その理由は?」。なお初回に際しては、こうした疑問に関わる情報を新聞・雑誌、インターネット上などで収集、そして分析をお願いします。利益を上げ続けていると考える会社、あるいは会社内の特定の事業、その理由について、メモ程度の作成をお願いします。

##### 第2回

「経営戦略」の定義

「経営戦略」ではないもの? Corporate Strategy あるいは Competitive Strategy とは? 軍事や政治の世界で用いられてきた「戦略」なる概念と経営の世界で用いられた場合の「戦略」の概念の違いは? こうした議論を通じて「経営戦略」とは何か、を自ら、お考え頂きたいと思います。

##### 第3回

「価値」を売る

会社などが世に提供しているのは、商品・サービスでしょうか? 例えば、映画会社が提供しているのは「映画」でしょうか? これを提供されている「価値」という観点から見ていきます。それを生み出す仕組み（ビジネスモデル）の問題とともに、「価値」という観点から見ることで、誰がライバルになるのか、などが大きく変わってきます。

##### 第4回

「お困り事」の解決

堅く言えば「社会的課題」、身近な感じで言えば「お困り事」。この解決手段を提供する、つまり社会的課題の解決やお困り事の解決につながる商品やサービスの提供を通じて、世の中に貢献する。それと同時に、売上・利益をあげていく。あげることで継続的な解決を可能にしていく。お困り事から生み出されたサービスについての具体的な事例分析をするとともに、受講生の皆さんにも、グループでのディスカッションを通じて、身近なお困り事の発見、その解決手段となる商品やサービスについて考えていただきたいと思います。

## 参考

### 2024年度インバウンド需要に対応したMICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	人的資源とキャリア開発	担当者	車田 絵里子	実施年月	2024年11月
-------	-------------	-----	--------	------	----------

#### ■講義概要

厳しい成果主義やリストラによる解雇など、首を切られても残ってもつらい、従業員を脅かす企業の人事労務管理。一方、育児・介護との両立支援をする、MBA取得やボランティア参加などを認める、そんな企業の人事労務管理。どちらが従業員は能力を発揮し、高い業績を残せるのでしょうか。  
この科目では、従業員がどのように動機づけられ、高度な技能を身につけて発揮するのか、そしてキャリアを築いていくのかなど、基本的な理論や概念を学習します。

#### ■受講をお勧めしたい方

- ・人的資源管理論に関する基本的な知識を得たいと考えている方
- ・職場でどのようにすればモチベーションを維持させ、エキスパート、プロフェッショナルとして成功することができるかを考えている方
- ・有能な人材が確保できない・定着しないとお悩みの企業の経営者・人事部の方

#### ■受講に必要な知識・実務経験

特に必要な知識はありません

#### ■各回の授業内容

##### 第1回

##### 人的資源管理とは何か

企業は上から従業員を「管理」できるものではありません。従業員の働きは動機づけ如何によって異なるからです。人的資源管理は、従業員が仕事人生だけでなく、私生活を含めた幸せな人生を送れるかどうかを左右するもので、従業員なら誰にでも大いに関係のあるものです。人的資源の特徴とは何か、人的資源管理とは何かを学びます。

##### 第2回

##### 配置と異動

企業で採用された人材はいずれかの仕事に配置され、状況に応じてジョブ・ローテーションや配置転換、昇進などの異動が行われます。なぜでしょうか。いずれも適材適所という企業側の要請によるものですが、同時に、従業員が業務をこなす上で必要な能力を身につけさせるという能力開発の狙いもあります。その仕組みを見ていきます。

##### 第3回

##### 人材育成とキャリア開発

従業員がいかに高い能力を身につけられたとしても、企業はその力を十分に引き出さなければ高い成果を得ることはできません。従業員のやる気が続かないために高い能力を発揮する期間が長く続かない、あるいは高い能力を持った従業員が他社へすぐに転職するようでは、企業はコストばかりかかってしまいます。従業員をどう育成していくのか、キャリア開発の概念を学びます。

##### 第4回

##### 人材育成とワーク・ライフ・バランス

男女を対象に正社員に働き方の多様な選択肢を用意するワーク・ライフ・バランス施策は企業のコストを増加させる、としてその導入に二の足を踏む企業は多いでしょう。しかし、個人・企業の生産性が上がり、貴重な人材の確保ができ、従業員と企業とのWin-Win関係が築けるとなればどうするのでしょうか。人材育成の観点からワーク・ライフ・バランスを見ていきます。

## 参考

### 2023年度インバウンド需要に対応したMICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	会計・財務諸表	担当者	谷村 真理	実施年月	2023年8月
-------	---------	-----	-------	------	---------

#### ■講義概要

キャリアアップやマネジメントに欠かせない基本的な会計知識を学び、財務諸表を読めるようにすることで経営センスを研ぎます。一般的な会計知識や財務諸表の仕組みに関する基本的知識の習得を第一の目標とし、その上で財務諸表から経営に必要な情報を抽出する手法や、財務諸表の活用方法を身につけていただきます。

#### ■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

主に毎回、配布する資料（レジュメ）に基づいて講義を行います。下記の補助テキストは受講前に購入の必要はありません。講義が始まってから、ご自身の知識・関心にあわせて、必要に応じて購入を検討して頂ければ結構です。補助テキスト：高下淳子『決算書を読みこなして経営分析ができる本』日本実業 出版社 最新版、2007年 桑原知之『サクッとわかる日商3級（または2級）商業簿記テキスト』ネットスクール(株)

#### ■各回の授業内容

- 1-2. 財務諸表の基本  
財務諸表の基本を学びます。  
貸借対照表の見方  
貸借対照表の主要項目について理解を深め、貸借対照表の見方を学びます。  
損益計算書の見方  
損益計算書の主要項目について理解を深め、損益計算書の見方を深めます。
- 3-4. キャッシュフロー計算書の見方  
キャッシュフロー計算書の重要性、見方、作成方法を学びます。  
財務諸表に基づく経営分析  
財務諸表を読み、経営の良し悪しを判断する手法を学びます。  
有価証券報告書の見方  
実際に有名企業の有価証券報告書を見て、その読み解き方を学びます。
- 5-6. 研究発表のグループワーク①②  
実際に特定の企業の財務諸表を読み、経営分析を行います。
- 7-8. グループ研究発表とディスカッション①②

#### ■授業方法

毎回、講義による基本的な理論を解説後、適宜具体的な事例に関するディスカッションやケーススタディを取り入れ、実践力を身につけていきます。後半では、グループ研究を通じて協力しながら課題を解決していきます。

#### ■参考文献<著書『タイトル』出版社、出版年>

國貞克則『ストーリーでわかる財務3表超入門』ダイヤモンド社、2011年  
竹内謙礼・青木寿幸『会計天国』PHP研究所、2009年

#### ■成績評価方法・基準

1. 出席 20% クラス・ディスカッションへの貢献度 20%
2. グループ研究発表の成果・貢献度 30%
3. 期中レポート 10% 期末試験(レポート試験) 20%

#### ■準備学習等についての具体的な指示および他の科目との関連

講義の前後で、レジュメや補助テキストを利用して復習をしてください。「起業とビジネスプラン」を選択される方は、会計・財務諸表の知識が必須となりますので受講をお勧めします。また、各回電卓を必ずご持参ください。

なお、会計に馴染みの薄い方には、事前学習用に以下の書籍（マンガ）を推薦いたします。  
「簿記の知識不要！超高速・会計勉強法」國定克則 著 PHP 研究所 発行

授業科目名	サービス・マーケティング	担当者	山本 昭二	実施年月	2024年10月～11月
-------	--------------	-----	-------	------	--------------

■概要

本講義では、様々な企業、組織のケースを利用して、2000年代に入って大きく進展してきたサービスの研究をベースにして講義を行います。本講義では受講生が、サービスの特質とサービスを提供する組織の抱える課題の理解から始めて、顧客と従業員の相互作用によって起こるサービス生産までを理解し実践に活かす能力を習得することを目的とする。サービス・マーケティングはサービス業だけではなく製造企業も含めたサービスへの取り組みを理解する。

■各回の授業内容

第1回 1-2 講時  
 イントロダクション：サービス・マーケティングの誕生<〔2〕-1章>  
 サービス経済化した先進国での研究課題と実践を述べる。  
 サービス・マーケティングの理論的背景：サービス製品の成り立ちについて  
 サービス製品を構成する要素について述べる。

第2回 3-4 講時  
 顧客満足：顧客満足の理論を体系的に議論する。<〔1〕-2章>  
 サービス・マーケティングにおいて重要な地位を占めている顧客満足について述べる。  
 顧客の選別：企業にとって重要な顧客とは。<〔1〕-3章>  
 顧客ポートフォリオについて述べる ケース1：パライダイスパーク

第3回 5-6 講時  
 顧客資産の理論：顧客を資産として捉える重要性を議論する。  
 企業にとって顧客資産とは何かを検討します。  
 顧客の囲い込みと資産の計測 ケース2：恵寿総合病院  
 顧客との長期的な関係を維持するための仕組みを考えます。

第4回 7-8 講時  
 サービス品質：サービス品質の計測とマネジメント<〔2〕-3章>  
 SERVQUALに関するケースを利用して、サービスの品質の戦略的な利用を考えます。  
ケース3：ネットバンキングへの期待

グループ・プロジェクトの中間発表

第5回 9-10 講時  
 サービス・オペレーションの種類  
 サービス・オペレーションの種類とバックヤードの仕組みをどの様に組み立てるか。  
 サービス・オペレーションの仕組み：<〔1〕-10章>  
 ハーバードのケースを取り上げます。カナダの病院のマーケティングとオペレーションを事例を元にしてマーケティングとサービス組織の関係を考えます。 ケース4：ショルディスホスピタル (Shouldice Hospital)

第6回 11-12 講時  
 従業員満足：サービス・オペレーションにおける従業員満足の意味<〔1〕-7章>  
 従業員の満足を高めることが利益を生み出す源泉になることを理解します。  
 組織文化の役割<〔1〕-5章>  
 ハーバードのケースを取り上げます。リゾートチェーンにおけるサービス文化の役割を考えます。  
ケース5：LUX:Staging a Service Revolution in a Resort Chain

第7回 13-14 講時  
 製造業のサービス化戦略  
 製造業におけるサービス化の重要性とこれからの戦略について講義します。  
 グループ・プロジェクトの発表

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

・ヘスケット他	『バリュー・プロフィット・チェーン』	日本経済新聞社	2004年	978-4-532-31170-5
・山本昭二	『サービスマーケティング入門』	日経文庫	2007年	978-4-532-11134-2

※ショルディスホスピタルのケースはbookparkより購入して下さい。

■参考書・参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年、ISBN>

- ・黒岩健一郎他 『サービス・マーケティング』 有斐閣 2021年 978-4641150874
- ・ラスト他 カスタマー・エクイティ ダイヤモンド社 2001年
- ・スタウス、エンゲルマン、クレマー、ルーン 『サービス・サイエンスの展開』 生産性出版 2009年  
978-4-8201-1921-0
- ・近藤隆雄 『サービスイノベーションの理論と方法』 生産性出版 2012年 978-4820120032
- ・山本昭二他 『サービスと消費者行動』 千倉書房 2020年 978-4805111895
- ・小野穰司他 『サービスエクセレンス』 生産性出版 2021年 978-4820121206

■成績評価の基準と評価方法

平常レポート 60% [グループでレポートを作成 (30%)、ケースレポート (30%) ]  
グループ課題への参加 10% グループプロジェクト発表 10% クラスへの貢献 20%

## 参考

### 第5期インバウンド需要に対応したMICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	サービス・マネジメント	担当者	嶋田 敏	実施年月	2024年12月～2025年1月
-------	-------------	-----	------	------	------------------

#### ■概要

授業ではサービス・マネジメントの基礎的な内容を扱うことで、サービスの特性、サービスにおける顧客の位置づけなど、サービス事業のマネジメント上の課題についての理解を深める。本授業を履修することにより、サービス・マネジメントの理解に必要な様々な関連概念・フレームワークの知識を習得することを目標とする。

#### ■各回の授業内容

##### 第1回 1-2 講時

###### サービスの特徴と管理

- ・講義全体の構成とサービス・マネジメントの概要について説明する。
- ・マネジメント上の課題を生み出す「サービス」の特性について述べる。
- ・顧客対応の観点から、サービス提供を分類し、各形態の性質をまとめる。

##### 第2回 3-4 講時

###### サービス・オペレーションの管理

- ・サービスを提供する従業員について、管理対象としての特性や課題を述べる。
- ・キャパシティ・マネジメントの概要を説明する。
- ・飲食サービスを題材に、オペレーション管理上のサービスの課題について解説する。
- ・宿泊サービスを題材に、サービスの標準化とカスタム化の切り分け・組み合わせについて検討する。

##### 第3回 5-6 講時

###### サービス・オペレーションのシステム

- ・需要管理やファシリティ・マネジメントといったキャパシティ・マネジメントの取組について解説する。
- ・顧客情報の重要性とデジタル化について述べる。
- ・飲食サービスを題材に、発生する需要の変動と予約のシステムについて解説する。

##### 第4回 7-8 講時

###### サービス・オペレーションと顧客の役割

- ・顧客の参加によるオペレーションへの影響について述べる。
- ・待ち行列理論を解説したうえで、サービスにおける「待ち」を解説する。
- ・待ちを題材に、理論的な改善と具体的な対策について議論する。

##### 第5回 9-10 講時

###### サービス提供の体制

- ・サービスの品質保証とサービス・レベル契約を概説する。
- ・人的資源管理の概念を説明し、理論的な発展について述べる。
- ・複数の宿泊サービスを題材に、サービス提供の体制ごとの特徴についてまとめる。

##### 第6回 11-12 講時

###### 製造企業のサービス化

- ・製造企業がサービスという側面を必要とした経緯について概説する。
- ・KOMTRAXを題材に、製造業の強みを基に生み出したサービスの価値について解説する。
- ・サービスにおける顧客情報の収集と活用について検討する。

##### 第7回 13-14 講時

###### まとめ

- ・製品とサービスの理論的な異同点について解説する。
- ・顧客による使用を踏まえて新しい価値を生み出す取組について述べる。
- ・サービスの標準化とカスタム化を踏まえた改善提案について、レポート発表を行う。

###### 授業外学修

###### 【発表課題】480分

設定された課題に対し、テーマを検討し、既存サービスや課題を調査し、第7回授業までに発表資料を作成・提出する

#### ■参考書・参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年、ISBN>

白井義男（監修）、バート・ヴァン・ローイ、ポール・ゲンメル、ローランド・ヴァン・ディードンク（編）、平林祥（訳）『サービス・マネジメント—統合的アプローチ—（上・中・下）』ピアソンエデュケーション、2004年

#### ■成績評価の基準と評価方法

平常レポート 35% 講義への参加 20%（建設的な質問・コメントは加点の対象となる。） 各回の小レポート 20%  
最終回の発表課題 25%

授業科目名	ソーシャル・マネジメント	担当者	森藤 ちひろ	実施年月	2024年4月～5月
-------	--------------	-----	--------	------	------------

■概要

ソーシャル・マネジメントには、行政と市民の協働、企業の社会化、より良い社会システムの構築のためのマネジメントの要素がある。本講義では、企業のCSRや社会貢献活動、営利・非営利組織の社会的役割について学ぶ。リアルな事例も用いて多様なステークホルダーがどのように社会の変化に対応していけばよいのかを議論し、ソーシャル・マネジメントの実践における課題とその解決策を考察する。

■各回の授業内容

**第1回 1-2 講時**  
**イントロダクション**  
 ソーシャル・マネジメントとは何かについて解説する。ソーシャル・マネジメントを行う営利・非営利組織の社会的側面を理解する。  
**ウェルビーイングとソーシャル・マネジメント**  
 個人のウェルビーイング、集団のウェルビーイング、ウェルビーイングをもたらす社会のありかた、その方策について議論する。

**第2回 3-4 講時**  
**社会起業と社会的企業**  
 社会起業とは何か、社会的企業に求められることは何かを考え、社会の問題解決と営利・非営利組織の目指すべき事業の方向性について議論する。  
**ソーシャル・マーケティング**  
 行動改革の支援手段として活用されているソーシャル・マーケティングを学び、「人々の行動に変化をもたらす」ことの難しさについて理解を深める。

**第3回 5-6 講時**  
**地域社会におけるバリアフリーサービス**  
 病院の事業展開過程を観察し、地域のヘルスケアサービスが抱える諸問題とその解決策を議論する。生活の質を高めるサービスの提供を目指し、暮らしを支える法人の事例をもとに、トップのリーダーシップ、人材育成と組織改革の課題について議論する。  
**ソーシャル・ビジネスの展開**  
 近年、人工知能をはじめ様々なテクノロジーの発展によってビジネスモデルが大きく変化している。DX、GXに関わる先進事例からソーシャル・ビジネスの発展プロセスを学ぶ。

**第4回 7-8 講時**  
**ダイバーシティ・マネジメント**  
 ダイバーシティの要素は働き方や雇用形態、働く場所だけでなく、ジェンダーや身体状況、国籍や人種、世代の違いなど多数存在する。社会の変化とそれらに対する現場の実際を学ぶ。  
**働く人のQOLと人的資源管理**  
 多様な人材が多様な働き方を選択できる時代における人材開発・人材育成のあり方を議論する。

**第5回 9-10 講時**  
**コミュニティ・デザイン**  
 地域に関わる様々なさまざまなステークホルダーの役割と、地域創生におけるソーシャルキャピタル（社会関係資本）と参加の重要性を議論する。  
**地域住民による地域創生**  
 主要産業の衰退、高齢化など様々な課題に直面する地域において住民主体の関係人口、交流人口増加の取り組みを行う事例から、限界集落の共通課題の抽出と解決策を議論する。

**第6回 11-12 講時**  
**地域社会における「三方よし」モデル**  
 行政と市民の協働、多職種連携を実現している事例をもとに、地域が1つの病院のように機能する地域コミュニティのあり方と必要な社会資源について考える。  
**地域医療とまちづくり**  
 地域包括ケアシステムの先進事例「東近江地域モデル」と近江八幡市安寧のまちづくり（CCRC）を取り上げ、医療機関が参画するまちづくりの可能性と課題を検討する。

**第7回 13-14 講時**  
**ソーシャル・デザイン**  
 ソーシャル・デザインの視点で社会課題に取り組む営利・非営利組織のケースから、社会課題の捉え方とその解決策を学ぶ。



**まとめ**

これまで学んだことをもとに、自身がこれから取り組んでいきたい社会課題に対する具体的な解決策と戦略を議論する。

**授業外学修**

授業で取り扱うケースを事前に配布し、事前課題を提示する。

受講生は、ケースレポートを作成して参加すること。

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

指定しない。

■参考書・参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年、ISBN>

- ・フィリップ・コトラー 『「公共の利益」のための思想と実践』ミネルヴァ書房 2022年 978-4-623-09439-4
- ・ジョン・フィールド 『社会関係資本』明石書店 2022年 978-4-7503-5440-8
- ・ナンシーR. リー、フィリップ・コトラー 『ソーシャルマーケティング：行動変容の科学とアート』メディカル・サイエンス・インターナショナル 2021年 978-4-8157-3024-6
- ・フィリップ・コトラー, ヴァルデマール・ファルチ, ウーヴェ・シュボンホルツ 『コトラーのH2Hマーケティング』KADOKAWA 2021年 978-4-04-605306-0
- ・森藤ちひろ 『ヘルスケア・サービスのマーケティング』千倉書房 2021年 978-4-8051-1211-3
- ・マーク・J・エプスタイン, クリスティ・ユーザス 『社会的インパクトとは何か』英治出版 2015年 978-4-8627-6207-8

■成績評価の基準と評価方法

期末レポート試験 20% 平常レポート 50% プレゼンテーション・発表 20%

授業への参加度（自発性、積極性、主体性、等） 10%

※全回出席を前提とする。単位取得には3分の2以上の出席と、全ての課題の提出と参加が必要である。

授業科目名	組織管理	担当者	若林 直樹	実施年月	2024年10月～11月
-------	------	-----	-------	------	--------------

## ■概要

企業の組織は、単なる個人の集合体ではなく、組織全体水準の独自の問題や現象、経営手法がある。組織文化、組織構造、ネットワーク、提携マネジメントなどの代表的な領域で、こうした組織独自の課題、現象、その管理手法を考える必要がある。本論では、こうした問題を代表的な理論概念とビジネスケースで理解する。

## ■各回の授業内容

## 第1回 1-2 講時

有能な個人は会社の業績を上げるのか？：組織論で何を学ぶのか

組織は、単なる個人の集合と異なる特性を持つ。組織の業績が個人の業績の合計と異なる面を理解し、組織業績の管理を考える。

## 組織の国際化

経営上の意思決定に対しては、一定の組織の影響や制約がある。その特徴について理解する。

## 第2回 3-4 講時

組織の意思決定（1）：コロンビアの爆発事故におけるケース分析

NASAのスペースシャトル事故を実践ケースにして、組織の意思決定の制約とその対処法について

組織の意思決定（2）：意思決定論の観点

意思決定の最適化、認知バイアス、ヒューリスティックという観点から意思決定を理解する。

## 第3回 5-6 講時

## 組織のライフサイクル

企業組織が時間がたつにつれて引き起こす変化とその活性化について考える

## 組織の創造性の活性化

組織や社員の持つ創造性を活性化するために行う取り組みについて考える。

## 第4回 7-8 講時

## 経営環境と組織構造

経営環境のあり方に対して、組織の構造がどのように仕組みであるのかについて考える。NTT 西日本の改革を例に考えてみる

組織構造の改革のビジネスケース分析：ABB

事業部制の持つ構造的な課題とその改革について、ABBなどの事例を通して考える。

## 第5回 9-10 講時

## ネットワーク組織

組織の内部のフラット化や、外部企業の取り込みをしながら企業組織のネットワーク化が進んでいる。その基本的な原理とあり方を考える。冒頭に、完全オンライン授業で前回の振り返りを行う。

## 提携のマネジメント

ネットワーク組織の一般的な形態の一つである提携について考える。その際に、異業種マーケティング提携 Will の展開を見ながら、そのマネジメントの基本的な考え方を分析する。

## 第6回 11-12 講時

## 企業文化のマネジメント

企業は、会社ごとに、独自の文化を持ち、社員の認知、判断、行動パターンが異なってくる。この企業文化のメカニズムを理解し、その変革について考える。

企業文化変革のビジネスケース分析

1980年代のアサヒビールにおける社員の意識改革とその展開を分析しながら企業文化変革について考える。

## 第7回 13-14 講時

## 組織内政治

組織における調整とネゴシエーションのプロセスについて、政治、権力、ネゴシエーションの観点から考える。

## 組織変革とリーダーシップの変化

組織変革におけるリーダーシップのあり方について考える。

## 授業外学修

授業の各回に関して、事前資料を掲示する。また、いくつかのビジネスケースについては、文献を指定するので、それを事前学習、復習すること。

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>授業方法

中野勉他 グラフィック 経営組織論 新世社 2021年 488384322X

(1) ケース

- a) ケースの購入：授業の中では、2本程度のビジネスケースを利用するので、下記のハーバードのサイトから購入すること。事前にアカウント設定が必要となる。

<https://hbsp.harvard.edu/import/903724>

b) 利用するケース

1) Christopher A. Bartlett 『ABBの継電器事業：グローバル・マトリックスの構築と管理』(2008) コンテンツ ID：CCJB-HBS-70118-01

2) Salter, M. S. et al. 「アサヒビール」(2011年) コンテンツ ID：CCJB-HBS-70017-05

(2) 基本的な概念の概念の教科書

田尾雅夫『よくわかる組織論』(ミネルヴァ書房)等を用いる。

■参考書・参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年、ISBN>

・若林直樹 ネットワーク組織 有斐閣 2009年 9784641163423

■成績評価の基準と評価方法

期末レポート 30% その他 70%

毎回講義に対する小テストや中間レポートを提出してもらう。(事前課題について予習し、授業に参加し、授業課題についての討議での貢献を評価する)。

授業科目名	情報システム	担当者	丸橋 弘明	実施年月	2024年4月～5月
-------	--------	-----	-------	------	------------

■概要

講義の主目的は「情報とは何か？」という問いかけを考え続けてもらうことである。プログラミングの講義は副次的であり、普段の生活では味わえないものを体験できるという程度に考えてもらえればよい。プログラミングの学習にはChatGPTを大いに利用する予定である。ただし、真剣にプログラミングを習得したいと考えている受講生に対しては個別サポートも含めしっかりと対応していく。

■各回の授業内容

第1回 1-2 講時  
 インTRODクシヨン  
 講義/ディスカシヨン  
 ・情報システムの概観 ・情報システムの本質  
 講義/プログラミング実習  
 ・プログラミング環境 (Jupyter) の導入 ・プログラミング体験 (ChatGPT の活用方法)

第2回 3-4 講時  
 ケーススタディ/ディスカシヨン  
 ・現場が主導する情報システム  
 講義  
 ・コンピュータとプログラミングの世界観  
 プログラミング実習  
 ・標準出力、変数、代入、演算、標準入力

第3回 5-6 講時  
 報告会  
 ・第3回後の予習課題のPPT資料を各自プレゼン  
 講義/ディスカシヨン  
 ・今の日本の情報システムで起こっている問題

第4回 7-8 講時  
 講義/ディスカシヨン  
 ・モノをつくるということ ～均一から創造性へ～ ・別視点で情報システムを考える  
 プログラミング復習  
 ・前回までの範囲のプチ演習  
 プログラミング実習  
 ・条件分岐、繰り返し、ファイル入出力、関数、クラス

第5回 9-10 講時  
 プログラミング復習  
 ・前回までの範囲のプチ演習  
 プログラミング実習  
 ・表形式データの操作 (Pandas の活用)  
 プログラミング復習  
 ・前回までの範囲のプチ演習  
 プログラミング実習  
 ・表形式データの操作 (Pandas の活用) ・外部データの取得 (Web、Excel、データベース、etc)

第6回 11-12 講時  
 全体課題の報告会  
 ・(個人テーマ) 10分発表+10分意見交換/個人ごと ・(グループテーマ) 10分発表+10分意見交換/グループごと

第7回 13-14 講時  
 全体課題の報告会  
 ・(個人テーマ) 10分発表+10分意見交換/個人ごと ・(グループテーマ) 10分発表+10分意見交換/グループごと  
 プログラミング・小テスト  
 クロージング

授業外学修  
 全体課題 【15時間程度】  
 ①自社もしくは自身のテーマで情報システムの本質を考察する (個人テーマ)。  
 ②グループにて「新しい」情報システムの姿を創造する (グループテーマ)。

上記①②を PPT ファイルにまとめて発表する。  
プログラミング自習 【20 時間程度】  
プログラミング技術の定着のため、python 言語の演習ドリル (ChatGPT を利用) の中級・上級編を各自のペースで進める。

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

■参考書・参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年、ISBN>

■成績評価の基準と評価方法

平常レポート 40%    プレゼンテーション・発表 20%    授業への参加度 (自発性、積極性、主体性、等) 10%  
python 小テスト 15%    第 1 回予習課題の小レポート 15%

## 参考

### 第5期インバウンド需要に対応したMICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	管理会計	担当者	酒井 大策	実施年月	2024年4月～5月
-------	------	-----	-------	------	------------

#### ■概要

民間企業でも非営利組織でも、管理会計の知識は組織のマネジメントに不可欠です。講義を通じて、受講生は意思決定や業績評価といった管理会計の基礎知識を理解できるようになります。受講生は、管理会計の優劣がビジネスの成功と失敗の要因であるという視点から、管理会計の実践的役立ちを概観できるようになります。

#### ■各回の授業内容

第1回 1-2 講時  
会計の基礎と管理会計  
管理会計と財務会計

第2回 3-4 講時  
原価の分類と原価計算  
損益分岐点分析

第3回 5-6 講時  
予算管理  
財務分析

第4回 7-8 講時  
差額原価収益分析  
設備投資の意思決定①。

第5回 9-10 講時  
設備投資の意思決定②  
BSC と非財務的指標

第6回 11-12 講時  
セグメント会計  
原価企画と原価改善

第7回 13-14 講時  
活動基準原価計算 (ABC)  
講義の振り返り

#### 授業外学修

教科書に沿って平易に解説が行われるので、受講生は毎回の講義前には該当箇所の予習（一読）が求められます。また、授業で説明する重要な箇所について、教科書・配布資料を利用して復習が必要です。

#### ■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

園田 智昭 『プラクティカル管理会計』 中央経済社 2017年 978-4-502-23481-1

#### ■参考書・参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年、ISBN>

- ・桜井通晴 『管理会計―基礎編一』 同文館出版 2010年 978-4495195113
- ・ワシントン大学フォスタービジネススクール 『管理会計のエッセンス』 同文館出版 2015年 978-4-495-19121-0
- ・司法創生カレッジのeラーニング講座 039：事業推進の根幹となる数値管理【管理会計入門】

#### ■成績評価の基準と評価方法

期末レポート 80% 授業への貢献（発言・発表等）20%

## 参考

### 第5期インバウンド需要に対応したMICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	ホテルマネジメント	担当者	境田 司、西尾 智子、松田 健ほか	実施年月	2024年2月～3月
-------	-----------	-----	-------------------	------	------------

#### ■講義目的

MICEの基本理解と新型コロナウイルスにより大きく変化したMICE業界の新たな価値を考える。

#### ■各回の授業内容

第1回 1-2 講時 (2月6日)

特別講演 コロナ後を見据えたホテル経営戦略(仮称)  
～これからのホテルMICEを考える～  
ポートピアホテルの経営管理について

講師: 株式会社神戸ポートピアホテル 取締役 総支配人 伊藤 剛

第2回 3-4 講時 ポートピアホテルの経営戦略について(1) (2月13日)

経営戦略Ⅰ MICEの基礎知識

講師: 株式会社神戸ポートピアホテル 営業本部コンベンションセールス  
セールスエグゼクティブ兼国際セールス担当 酒井 誠

第3回 5-6 講時 ポートピアホテルの経営戦略について(2) (2月20日)

経営戦略Ⅱ これまでの経営戦略について(メディカルコンベンションを基軸とした経営品質向上)

講師: 株式会社神戸ポートピアホテル 執行役員 営業本部長補佐 兼 MICE統括 西尾 智子

第4回 7-8 講時 (2月27日)

経営戦略Ⅲ MICEの実践的プランニング ①

講師: 日本コンベンションサービス株式会社 執行役員 松田 健

第5回 9-10 講時 (3月5日)

経営戦略Ⅳ MICEの実践的プランニング ②

講師: 日本コンベンションサービス株式会社 執行役員 松田 健

第6回 11-12 講時 ポートピアホテルの経営戦略について(3) (3月12日)

経営戦略Ⅴ 数字で見る神戸ポートピアホテルMICE

講師: 株式会社神戸ポートピアホテル 取締役 経営企画部長 池本 信彦

経営戦略Ⅵ これからのホテルビジネス「多角化するホテルビジネス」 ①

コロナ禍から生まれた新規事業

講師: 株式会社神戸ポートピアホテル  
執行役員 副総支配人 事業本部長 兼 開発室長 境田 司

第7回 13-14 講時 ポートピアホテルの経営戦略について(4) (3月19日)

経営戦略Ⅶ これからのホテルビジネス「多角化するホテルビジネス」 ②

プレゼン・グループワーク

講師: 株式会社神戸ポートピアホテル  
執行役員 副総支配人 事業本部長 兼 開発室長 境田 司

#### ■授業方法

講義とプレゼン・グループワークを中心に進めます。

#### ■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

#### ■成績評価の基準と評価方法

1. 平常レポート 60% 2. グループワークへの参加 20% 3. 出席状況 20%

## 参考

### 第5期インバウンド需要に対応した MICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	地域観光	担当者	国枝 よしみ 田中 祥司	実施年月	2024年4月～5月
-------	------	-----	--------------	------	------------

#### ■講義目的

本講義は、地域観光を理解し、実践するための基盤となる理論を学びながら、チーム学習・プレゼンテーションなどを通じ、地方観光を担うための実践的な知識を身につけることを目的とする。

#### ■各回の授業内容

第1回 18:30～21:50 4月5日 金曜日 国枝

「観光総論」

- ・観光市場におけるステークホルダーを確認しながら、コロナ禍における市場の変化を調査から読み解く。アフターコロナにおける今後の消費動向がどのように変わるのかを予測するとともに収束後を見据えて地域では消費者をどのように受け入れる必要があるのかを考える。 「講義と議論」

第2回 18:30～21:50 4月12日 金曜日 国枝

「観光とテクノロジー」

- ・観光誘客の回復を目指す国内外の事例に学びながら、観光による地方創生とテクノロジーの活用について議論する。 「講義と議論」

第3回 18:30～21:50 4月19日 金曜日 国枝

「地域における観光の革新・海外事例の検討」

- ・持続可能な観光地を目指すための地域資源の活用と保存の両立について学ぶ。人気の観光地で旅行者の流れをどのようにコントロールすればよいのか、ケースからコロナ後にも有効である持続可能な政策を考える。 「ケース：オーバーツーリズムから責任ある観光、持続可能な観光へ」

第4回 18:30～21:50 4月26日 金曜日 田中

「旅行者行動」

- ・旅行者はどのように情報を収集し、どのような意思決定を行っているのかについてショートケースを用いながら理解を深める。 「ケース：旅行者行動」

第5回 18:30～21:50 5月10日 金曜日 田中

「地域観光におけるブランドのマネジメント」

- ・旅行者に選択されるための観光地ブランディングについて理解する。 「講義と議論」

第6回 18:30～21:50 5月17日 金曜日 田中

「地域観光における経験のマネジメント」

- ・旅行者にどのような「経験」を提供すると再訪や推奨につながるのかについて考える。 「講義と議論」

第7回 18:30～21:50 5月24日 金曜日 国枝・田中

「これまでのまとめと最終プレゼンテーション」

「講義と議論」

以上を予定しておりますが、プログラムが変更になる場合があります。

#### ■授業方法

講義、および、ケースや事前課題に関するディスカッションを中心に進めます。

#### ■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

講義時に紹介します。

#### ■成績評価の基準と評価方法

平常レポート：60% 最終プレゼンテーション：20% 参加態度：20%



## 参考

### 第5期インバウンド需要に対応した MICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	インバウンド・マネジメント	担当者	松田 充史	実施年月	2024年6月～7月
-------	---------------	-----	-------	------	------------

#### ■講義目的

本講義では、受講生がインバウンドマーケットとは何かについて理論的枠組みから理解するとともに、国や地域、さまざまな観光産業のケーススタディから、自らの課題解決の実践的手法を構築することを目的とする。

#### ■各回の授業内容

第1回1-2講時 6月9日 日曜日 (13:00～16:20)

「インバウンドマーケットの歴史的背景と理論的枠組み」

- ・インバウンドマーケットの歴史的背景を理解し、ニーズおよび経済効果の面からインバウンドマーケット市場を把握する。受講生のインバウンドに関する課題認識を共有し、理論的枠組みの探索と考察、課題解決につなげる。  
「なぜインバウンドが必要なのか」

第2回3-4講時 6月16日 日曜日 (13:00～16:20)

「日本におけるインバウンドの現状と課題」

- ・訪日観光客の誘致に取り組む公的機関 JNTO は、いかにインバウンドに取り組んでいるのか、またプロモーションを行っているのかについて理解を深める。受講生の課題について基本フレームを使い明確にした上で対策を考える。

ゲストスピーカー：日本政府観光局 (JNTO) 理事 中山 理映子 氏

「ケース：日本のインバウンドの現状」

第3回5-6講時 6月23日 日曜日 (13:00～16:20)

「大阪・関西におけるインバウンドの現状と課題」

- ・大阪・関西におけるインバウンドについての現状と具体的な取り組みから市場把握の視点を獲得。そして、それらの事例をいかに地域やビジネスでの販売戦略に実践・応用できるかを議論する。

ゲストスピーカー：大阪観光局 観光事業部長 塩見 正成 氏

「ケース：インバウンドの市場細分化」

第4回7-8講時 6月30日 日曜日 (13:00～16:20)

「インバウンド消費動向からみるマーケティング戦略」

- ・訪日観光客の消費動向を販売現場の事例から学び、基礎的理論を踏まえ、インバウンド観光におけるマーケティング戦略を学ぶ。その上で、現場レベルでのインバウンド・ビジネスとグローバリゼーションについて検討する。

スピーカー：大丸松坂屋百貨店 大丸心齋橋店 山本 昭二 先生

「ケース：インバウンドの営業戦略」

第5回9-10講時 7月7日 日曜日 (13:00～16:20)

「インバウンドにおける日本の価値」

- ・ヨーロッパ人が設立した DMC の日本マーケットのビジネス・デザインから、インバウンドにはどのような商品開発のアイデアが求められるかを学ぶ。更に、インターナル・マーケティングについてもアプローチする。

ゲストスピーカー：THE J TEAM 取締役 James Kent 氏

「ケース：ビジネス・デザイン」

第6回11-12講時 7月14日 日曜日 (13:00～16:20)

「2025 大阪・関西万博」

- ・いよいよ来年 (2025 年) に開催される「2025 大阪・関西万博」について知見を深める。

ゲストスピーカー：公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会広報・プロモーション局 企画部 係長 橋間 望 氏

「ケース：2025 大阪・関西万博」

第7回13-14講時 7月21日 日曜日 (13:00～16:20)

「受講生によるプレゼンテーション」

- ・これまでの講義での理論的枠組みとケーススタディの知見を基に、受講生がそれぞれのインバウンド課題に関するプレゼンテーションをおこない、双方向の議論によりコ・クリエーションによる新たな理論の構築をめざす。

\*講義日程によりプログラムが変更になる場合があります。

#### ■授業方法

毎回、前半は講義により理論的枠組みを学び、ゲストスピーカーのケーススタディにより考察を深める。後半でディスカッションを行い、受講生間の対話を通し、コ・クリエーションによる現場課題解決をめざす。

#### ■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

講義時に紹介します。

#### ■成績評価の基準と評価方法

平常レポート：60% グループワークへの参加：20% プレゼンテーション：20%