

科目名	IT と経営 Management Information Systems		選択	2 単位
学期・曜日・時限	秋・金・4 限	秋・金・6 限	-	-
担当教員名	伊藤 龍史			
<p><講義の概要と目的></p> <p>本講義の目的は、IT が経営に及ぼす影響について検討することにある。特に、IT の技術的側面ではなく経営的側面に焦点を当てる。また、IT が企業にどのような競争優位をもたらし得るかについても検討する。IT と経営にまつわる概念や理論の習得だけでなく、ケーススタディを通してそれらに応用する力の獲得も目指す。</p>				
<p><講義計画></p> <p>講義の展開(予定)は以下の通り。講義の進行状況によっては、講義計画を若干変更する場合がある。</p> <p>1 週目：ガイダンス、イントロダクション 本講義の概略 / IT と組織能力</p> <p>2 週目：経営戦略とビジネスモデル 企業と経営資源 / 経営戦略 / ビジネスモデル</p> <p>3 週目：生産・流通のプロセスと仕組み 生産・流通の基礎 / 小売業の事業活動 / 製造業の事業活動</p> <p>4 週目：経営管理と経営組織 経営管理 / 経営組織 / 組織形態の変遷</p> <p>5 週目：企業経営と経営情報システム 日本企業の経営課題 / 経営情報システム の概念 / 経営情報システム の目的と役割 / 経営情報システム の構成</p> <p>6 週目：販売管理 小売業の店舗運営と販売管理 / POS システム / POS システム の特徴と活用</p> <p>7 週目：発注管理 発注管理と情報化 / EDI による発注</p> <p>8 週目：生産 生産の基礎 / 生産情報システム / 生産情報システム の発展</p> <p>9 週目：製品開発 製品開発の概要 / 製品開発を支援する情報システム / コンカレント・エンジニアリング</p>				

10 週目：マーケティング

マーケティングの基礎 / インターネット・マーケティング

11 週目：サプライチェーン・マネジメント

SCM の基礎 / SCM の取り組み

12 週目：経営組織のマネジメント

ワークスタイルと組織の変化 / 組織マネジメントと情報システム / チーム型組織

13 週目：企業-消費者間の電子商取引

企業-消費者間の電子商取引の概要 / 企業-消費者間の電子商取引の仕組み / 企業-消費者間の電子商取引のビジネスモデル

14 週目：企業間の電子商取引

企業間の電子商取引の概要 / 企業間の電子商取引の方法 / 企業間の電子商取引のビジネスモデル

15 週目：プラットフォームビジネス

プラットフォームビジネスの概要 / プラットフォームビジネスの事例 / プラットフォームビジネスのビジネス

<講義の進め方>

あらかじめ、毎回の授業で学習するスライド（またはレジュメ）を示しておく。各授業においては、それらを噛み砕いて解説するだけでなく、スライド内で触れられていないトピックや事例なども示す。とりわけ興味深いトピックや事例などに関しては、教場にて討論を行うこともある。また、理解度を確認するために、講義時に小テスト（10 分間）を行うことがある。

<教科書及び教材> 教員が作成したスライド（またはレジュメ）**<参考書>**

・武藤明則著『経営の基礎から学ぶ経営情報システム教科書』同文館出版、2014 年。

<成績評価方法>

- ・欠席 6 回以上は成績評価しない。
- ・講義で行う討議への貢献度（20 パーセント）
- ・期末レポート（80 パーセント）
- ・授業の円滑な進行を妨げる態度や行為があった場合は、成績評価しない

<履修条件> 特になし。**<DVD による視聴>** 可**<オフィスアワー>** e-mail で連絡すること。**<その他>** 特になし。