

科目 34

科目名	ベンチャー企業研究 Entrepreneurial of Ventures		選択	2 単位
学期・曜日・時限	春・土・集中	-	-	-
担当教員名	田村 真理子	e-mail		
<p><講義の概要と目的></p> <p>新事業に取り組もうとする企業家などにとって先行事例は貴重な情報源である。それを有効に活用するためには、ケース分析手順の知識や学習能力が必要であり、これらの習得を目的とする。ケーススタディから企業戦略の問題点や、起業家の成功、失敗要因などを把握する。グループに分かれて事業計画作成に必要な要素を学ぶ。</p> <p><到達目標></p> <p>先行事例をグループディスカッションで分析しながら習得した企業戦略の問題点や、起業家の成功、失敗要因などをどのように今後活かせるかを自分のことばで発表して、文章にまとめること。</p> <p><アクティブ・ラーニング要素></p> <p>毎回、グループに分かれて出された課題をディスカッションし、そのまとめた内容をグループごとに発表しながら、質疑応答を交えて、ケーススタディの分析を深めていく。</p> <p><ゲストスピーカー招聘></p> <p>取り上げるケーススタディの1社の代表取締役社長をゲストスピーカーとしてお呼びする予定。但し、ゲストスピーカーの都合により招聘できない場合もある。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 回目：「ベンチャー企業研究とは」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：先行事例を研究する重要性、分析方法などについて概念を学ぶ。 <p>2 回目：「ケーススタディ I 起業・新事業立ち上げの動機とは」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：ケーススタディ I 起業家の強み・弱みを通して、起業・新事業立ち上げの動機などを分析し、グループで発表。 <p>3 回目：「ケーススタディ I 事業コンセプトとは」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：ケーススタディ I 企業の強み・弱みを通じて、事業コンセプトの構築などを分析し、グループで発表。 <p>4 回目：「ケーススタディ I 競争戦略・販売戦略とは」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：ケーススタディ I 企業の強み・弱みを通じて、競争戦略・販売戦略などを分析し、グループで発表。 <p>5 回目：「ケーススタディ I 創業から事業展開とは」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：ケーススタディ I 企業の強み・弱みを通じて、創業から事業展開などを分析し、グループで発表。 <p>6 回目：「ケーススタディ I 事業支援者など外的要因とは」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：ケーススタディ I 企業の強み・弱みを通じて、事業支援者など外的要因などを分析し、グループで発表。 <p>7 回目：「ケーススタディ I 今後の課題と展望とは」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：ケーススタディ I 企業の強み・弱みを通じて、今後の課題と展望などを予想し、グループで発表。 				

8 回目：「ケーススタディⅠ 新規事業とは」

・要点：ケーススタディⅠ 新規事業のアイデアプランを考えて、グループで発表。

9 回目：「ケーススタディⅡ 起業・新事業立ち上げの動機とは」

・要点：ケーススタディⅡ 起業家の強み・弱みを通して、起業・新事業立ち上げの動機などを分析し、グループで発表。

10 回目：「ケーススタディⅡ 事業コンセプトとは」

・要点：ケーススタディⅡ 企業の強み・弱みを通じて、事業コンセプトの構築、競争戦略・販売戦略などを分析し、グループで発表。

11 回目：「ケーススタディⅡ 創業から事業展開とは」

・要点：ケーススタディⅡ 企業の強み・弱みを通じて、創業から事業展開などを分析し、グループで発表。

12 回目：「ケーススタディⅡ 事業支援者など外的要因とは」

・要点：ケーススタディⅡ 企業の強み・弱みを通じて、事業支援者など外的要因などを分析し、グループで発表。

13 回目：「ケーススタディⅡ 今後の課題と展望とは」

・要点：ケーススタディⅡ 企業の強み・弱みを通じて、今後の課題と展望などを予想し、グループで発表。

14 回目：「ケーススタディⅠとⅡの共通点と相違点とは」

・要点：起業家と企業の強み・弱みを通じて、ケーススタディⅠとⅡの共通点と相違点などを分析し、グループで発表。

15 回目：「ケーススタディの方法論とは」

・要点：ケーススタディから企業戦略の問題点や、起業家の成功、失敗要因などをどのように把握するかなど、ケーススタディの方法論のまとめ。

<講義の進め方>

基本的にグループに分かれて問題をディスカッションして、その結果を発表する形式で授業を進める。そのため、用意された2つのケースを事前に良く読み込んで出席すること。各自、各ケースについて、①どんな会社か②今後の課題は何か、など会社概要をA4一枚程度に事前にまとめて提出すること。

<事前事後学修内容>

事前に配布した2つのケースを良く読み込んで、各ケースの会社概要や経営戦略などを各自のことで分かりやすく説明できるようにA4一枚程度にまとめて提出できるようにしておくこと。詳細は講義時に指示する。

<予習・復習時間>

各回の予習・復習には計4時間相当かかると想定され、詳細については講義時に指示をします。

<教科書及び教材>

教科書は特に指定しない。必要に応じてプリントを配布する。

<参考書>

随時提示する。

<成績評価方法>

<p>欠席6回以上は成績評価しない。</p> <p>出席が70%を超えた院生に対して、クラスディスカッションへの貢献2割、ビジネスプラン作成への貢献2割、中間レポートへの評価3割、最終試験への評価3割の配分比率によって成績評価する。</p> <p><課題(試験やレポート等)に対するフィードバック方法></p> <p>e-mailで連絡する。</p>
<p><履修条件></p> <p>特になし</p>
<p><ディプロマポリシーとの関連></p> <p>アントレプレナーシップ発揮に必要な専門的かつ実践的知識の学修に該当。</p>
<p><録画映像の視聴> 可</p>
<p><オフィスアワー></p> <p>e-mailで連絡すること。</p>
<p><その他></p> <p>特になし</p>