

科目名 (英文表記)	経済学・分析手法Ⅲ (ビジネスエコノミクス) (Economics and Analytical Methods III)		
科目区分	基礎科目	単位数	2 単位
担当教員名	仙北谷 康 (非常勤講師)	ナンバリング	MBA_C_EA 6231
研究室番号		研究室電話番号	0155-49-5437
Eメール・アドレス	yasushi@obihiro.ac.jp		
授業の内容及び方法：次頁以降に記載			
授業の目的：			
<p>企業のマーケティング活動の重要さは改めて指摘するまでもない。マーケティングについては、通常は経営学的な視点から議論の俎上に載せることが多いが、本講義は経済学的視点から整理し、理解を深める。経済理論からの接近によってその基本的考え方を理解し、応用への方策を検討する。</p> <p>マーケティングはマーケティングミクスとして整理することが多い。本講義でも、価格戦略、製品戦略、流通戦略、について講義するが、販売促進については補足的に説明する。かわりに、サプライチェーン、情報理論、リスクマネジメント、さらに近年注目されているプラットフォーム理論についても議論する。</p> <p>それぞれの理論を理解し、経営戦略の策定に活用できるようになることが重要である。</p> <p>最終モジュールは演習とし、それまでの講義で理解した内容とその応用について、受講生が各自報告するとともにそれに関するディスカッションの時間とする。</p>			
到達目標：			
<ol style="list-style-type: none"> 1. 企業の様々なマーケティング活動を、経済学的な視点から理解し説明できるようになる。 2. 自身が所属する企業等のマーケティング活動について、経済学的視点から新たな取り組みを提示できるようになる。 			
使用教材：			
<p>教科書：丸山雅祥『経営の経済学 第3版』（有斐閣2017）</p> <p>参考文献：西山茂・瀬戸篤『MBAのためのビジネスエコノミクス』（同文館2012）</p> <p>その他必要に応じて配布する。</p>			
成績評価の方法：			
<p>以下の項目を評価対象として成績評価する。</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 出席 10% (2) 課題の評価 25% (3) 授業の参加度（準備、質疑、発表、討論への貢献） 30% (4) 最終試験 35% <p>当日ドリルを課題の一部として行うことがある。また一部のモジュールの課題が最終試験の一部を兼ねることがある。シラバスに授業予定に従って進めるが、履修者の理解状況に応じて一部変更することがある。</p> <p>成績に不服のある場合には、不服申立書を以って、教務委員長に申し出ること。</p>			
履修上の注意事項：			
<p>ミクロ経済学をベースに講義をすすめるが、必ずしも学部レベルでミクロ経済学を履修していることを、本講義の履修条件とするものではない。しかし、日々の経済ニュースで、企業行動、企業戦略について疑問を持ち、なぜそうなるのかを理論的に理解しようとする姿勢が重要である。</p> <p>また、日々の業務の中で培われた直感を自身で理論的に説明できるような心がけが重要である。</p> <p>講義では受講生同士の議論も推奨されるが、積極的な発言と同時に、他の受講生の発言を注意深く聞き、理解すること。</p>			

授業の内容及び方法

モジュール 1		価格戦略の基礎
事前準備	教科書第8章1～3節をおおよそ理解しておく。	
第 1 時限	ガイダンスと価格差別の基礎	
<p>本講義全体の構成を説明する。特に最終モジュールはプレゼンテーションであること、そこではそれまでの各モジュールで説明した理論を用いたプレゼンであることを理解する。</p> <p>この時限では、価格差別の基礎について、需要曲線を用いて解説する。</p>		
第 2 時限	自己選択による価格差別	
<p>消費者行動の視点から、価格差別が需要の価格弾力性に起因していることを理解する。</p> <p>スーパーやコンビニの価格設定との関連を理解する。</p>		
復 習	自己選択の理論で用いた公式の理解と、それが当てはまる事例について考えておく。完全価格差別の可能性について考察する。	

モジュール 2		製品戦略論
事前準備	教科書第9章1、2節を読んでおく。	
第 3 時限	製品多様化の理論	
<p>単品販売のケース、製品多様化のケース、フルライン戦略の経済的基礎について講義する。</p>		
第 4 時限	製品バンドリングの理論	
<p>製品バンドリングの経済理論について理解する。これによってファストフード店の製品戦略、収益確保の考え方、消費者の多様性について理解する。</p>		
復 習	混合バンドリングの具体例を様々な企業の取組の中に見出し、説明できるようにしておくこと。	

モジュール 3		製品差別化
事前準備	教科書第9章3～5説を読んでおく。	
第 5 時 限	垂直的差別化	
<p>製品差別化の基礎、品質に垂直的差別化の論理と、収益最大化のための品質決定の論理について理解する。</p>		
第 6 時 限	水平的差別化	
<p>製品バラエティの論理、バラエティ最適化の論理について理解する。</p>		
復 習	バラエティが豊富な製品とそうではない製品の差異を製品差別化の論理で考える。	

モジュール 4		サプライチェーン
事前準備	教科書第11章1～3節を読んでおく。	
第 7 時 限	物流システム	
<p>生産と消費の間にある物流の役割について理解する。 製品特性に応じて物流の役割、特長も異なることを理解する。</p>		
第 8 時 限	在庫管理システム	
<p>在庫管理のモデルを理解し、リードタイム、適正在庫の論理を説明できるようになる。 リーン経営の特長を理解し、なぜこれが注目されるのか理解する。</p>		
復 習	様々な分野におけるリーン経営の特長について整理する。	

モジュール 5		プラットフォーム理論
事前準備	第12章1節、2節を読んでおく。	
第 9 時 限	プラットフォームの基礎概念	
近年、ネットワーク取引等で注目されているプラットフォーム理論について理解する。		
第 10 時 限	ツーサイド・プライシング	
モデルの基礎を理解する。価格決定への関連を理解する。		
復 習	ネットワークにおける商取引で、なぜネットワーク理論が注目されるようになったのか、説明できるようにしておく。	

モジュール 6		情報理論
事前準備	教科書第13章1～4節を読んでおく。	
第 11 時 限	情報理論の基礎	
情報の理論、情報の非対称性によって経済取引がどのように制約を受けるのか、を理解する。		
第 12 時 限	情報の非対称性とその影響	
逆選択、モラルハザード、モニタリングコストについて理解する。		
復 習	自身の業務の中で、情報の非対称性によって発生する非効率性について考える。	

モジュール7		リスクマネジメントの理論
事前準備	事前に配布するリスクマネジメントに関する資料を精読しておく。	
第13時限	リスク	
企業が直面するリスクの種類について、リスクの評価について、PDCAサイクルとの関連について理解する。		
第14時限	リスクマネジメント	
リスクマップの考え方、リスクの評価とリスクマネジメントについて、デリバティブの理論について理解する。		
復習	自身の組織におけるリスクを洗い出し、適切なリスクマネジメント手法について説明できるようにしておく。	

モジュール8		プレゼンテーション演習
事前準備	このプレゼンは、モジュール1から7まで全体を通じた講義の中で理解した論理を用いて行うので、準備はモジュール1終了後から開始するのが望ましい。第15時限で一人あたり与えられた時間内でプレゼンできるように準備すること。詳細はガイダンスで説明する。	
第15時限	プレゼンテーション演習	
マーケティングミクス、プラットフォーム理論、情報理論等を用いて、各自の業務等に関わる企業戦略を立案し、プレゼンテーションを行う。他の受講生は質問、ディスカッションをとおしてプレゼンテーションの内容を理解する。		
復習	自身のプレゼンテーションに対して出された質問、コメントの内容を振り返り、プレゼンテーションの内容の見直しを行う。一定期間後、改善したプレゼンテーション内容を提出する。	