

アントレプレナーシップ論 -企業家が発想する能力-

単位数		ナンバリングコード	
2		DBA404	
	教員名	坂本 英樹	
	専門	マーケティング論 ベンチャービジネス論	
	出身校等	北海道大学大学院	
	現職	北海道情報大学教授	
授業形態			
前期印刷授業・後期印刷授業・前期面接授業・前期インターネットメディア授業・後期インターネットメディア授業			
授業範囲		試験範囲	
第1編経営学を考える 第2編ビジネスプランを創る 第4編アントレプレナーシップ		授業範囲と同じ 【印刷授業・IM授業：試験時参照許可物】 一切自由 ※ただしWebページ（通信教育部POLITEを除く）と生成系AIの参照は不可とする。 【面接授業：試験時持ち込み許可物】 一切自由	
科目の概要			
初代に名門は存在しない。こんにち世界に名の知れたパナソニック（松下電器産業）も、1935年松下幸之助によって小さな町工場からスタートし、1931年にブリヂストンを創業した石橋正二郎は家業の呉服店で商品を販売していた。1946年創業、ソニーの井深大、森田昭夫、1947年創業、ハウス食品の浦上靖介、1948年創業、日清食品の安藤百福、同じく1948年創業、本田技研の本田宗一郎もスタートは小さな会社である。こんにち世界を代表する巨大企業もかつてはベンチャーだったのである。 経済学者Schumpeterによれば、創造的破壊が経済発展を生起させその担い手となるのがアントレプレナーであるとされる。アントレプレナーシップは日本では企業家精神と訳されるが、精神をも含めたビヘイビア全体を表すものであり、「本質的に人間の創造的プロセスであり、確固たるビジョンを確立し、ほとぼしる情熱、コミットメント、動機づけをもって、パートナー、顧客、従業員、資金の供給者などの利害関係者にそのビジョンを納得させるもの」とされる。講義ではアントレプレナーシップの本質、それが生まれる環境、そして、アントレプレナーがアイデアを想起し、ビジネスプランを策定し、ビジネスモデルを構築するプロセスをはじめとするアントレプレナーシップに関する理論を現実のアントレプレナーの事例をとおして学習していく。			
授業における学修の到達目標			
- アントレプレナーシップ論を学習することをとおして企業家精神を育み、起業に対するインセンティブをもつことができるようになる。 - ベンチャービジネスにおいて求められる知識、スキル、ノウハウを獲得し、それらをビジネスシーンで活用できるようになる。			
講義の方針・計画			
第1回	企業家たち		
第2回	常識からの脱却		
第3回	知識創造		
第4回	アントレプレナーシップ		

講義の方針・計画	
第5回	コンセプト
第6回	コンセプトの拡張・修正
第7回	組織文化
第8回	ビジネスモデル
第9回	競争優位の探求
第10回	コアコンピタンス
第11回	組織学習
第12回	ブルーオーシャン戦略
第13回	経営組織と経営管理
第14回	リーダーシップ
第15回	アントレプレナー事例研究
準備学習	
・印刷授業は教科書を2単位90時間かけて学習することを目安としている。 ・印刷授業以外の授業形態において以下の準備学習を行ってください。 （予習）聴講前に教科書の該当箇所を目を通してください。2時間 （復習）聴講後に教科書の該当箇所を読んで、確認してください。2時間	
課題(試験やレポート等)に対するフィードバック方法	
要望により評点を開示する。 印刷授業は提出されたレポートについて講評を付与して返却する。	
成績評価の方法およびその基準	
科目試験による評価100%	
教科書	
書 名：経営学とベンチャービジネス 著者名：坂本英樹 発行所：白桃書房 ISBN：9784561255369	
参考書	
特に指定しない。	
その他	
・関連受講科目を同時受講することをおして効果的かつ効率的な単位修得が可能である。 ・マーケティングの概念を具体的な企業事例をおして学習するスタイルになっている。 ・概念を暗記することなく教科書を読んでその内容を理解して、自らの言葉で説明できれば単位の修得が可能で、日常生活やビジネスでの経験を生かして楽しみながら学習できる内容になっている。	
試験期間	
シラバス検索画面トップページ（ https://syllabus-tsushin.do-johodai.ac.jp/ ）下部の「2025学年暦」を参照	
学習プリント	
あり	
教職科目	
商業5の1（選択）	

関連受講科目
「経営学への招待」「流通の仕組み」「マーケティング論」「ブランドマネジメント」「ベンチャービジネス論」
担当教員の実務経験
該当なし