

経営学

I 経営学とは：利益の源泉

- 企業経営とは
- 経営学とは何か

II 労働とは：なぜ働くのか

- 産業構造の変化と労働の変化
- 現代の労働
- 目指すべき労働の在り方
- 考えるべき労働の在り方と労働者の目標

III マネジメントの発展

- マネジメントの誕生
- 管理の人間化
- 現代の経営管理

IV 経営管理の手法

- 経営管理の方法
- マネジメントサイクル
- 自分達のマネジメントを考える

V 経営戦略のフレームワーク

- 経営戦略とは
- 戦略の概念
- 経営戦略の階層と概要

VI 経営学の諸問題

- 経営学はダレのモノ？
- 経営をとりまく問題

商学

I 商業とは

- 商業とは
- 現代の商業
- 流通の仕組み、構造、理論

II マーチャダイジング

- 商業の発展と変化
- 流通の機能と発展
- マーチャダイジング

III マーケティングとは

- マーケティングの誕生
- マーケティングの定義
- マーケティングの基本的な概念

IV 市場・ライフサイクル

- ライフサイクルとは
- 商学・マーケティングにおけるライフサイクル
- ライフサイクルのパターンとマーケティング戦略

V ポジショニング

- マーケット・セグメンテーション（市場細分化）
- ターゲティング
- ポジショニング

VI CI・ブランディング

- 企業のCI戦略
- 企業のブランド戦略

経済学

I 機会費用とインセンティブ

- 経済とは
- この価値は等しいか？
- 機会費用とサンクコスト
- なぜ学ぶのか～機会費用とインセンティブ

II なぜ、交換するのか：比較優位

- 経済とは
- なぜ交換するのか
- 例題

III 交換と分配

- 富の再分配
- 市場
- 景気循環

IV 生産可能曲線

- 経済は成長する
- 生産可能曲線と機会費用

V 需要と供給

- 市場メカニズム
- 需要供給曲線

VI 景気循環

- 景気循環

思考法トレーニング

I 「考える」ことを考える

- 「考える」とは？
- 「考える」と「思う」
- 言葉は意味を入れる容器

II 帰納法と演繹法

- 演繹法
- 帰納法

III 「漏れ」なく「重複」なく

- MECE（漏れなく重複なく）

IV マインドマップ1

- 情報を整理する
- マインドマップの作り方

V マインドマップ2

- マインドマップ（アイデアを視覚化する）

VI ロジックツリー

- 思考の流れを整理する