

ナレッジ・マネジメント論

担当者 古賀 広志

開講時期 前期 単 位 2

●講義の概要

ナレッジ・マネジメントとは、簡単に言えば、企業の日常業務活動を反復的に遂行する中で生まれてくる（あるいは経験の蓄積を通じて創発される）ノウハウ・着眼点などを組織の中に定着する仕組みであると同時に、そのようなノウハウなどに気づきやすくする組織文化や制度を構築することを目的とした組織管理活動の側面を指します。

本講義では、一人ひとりの組織成員が担当する業務活動を円滑かつ効率的に遂行するためのノウハウの構築と変革の過程を「現場任せ」ではなく、科学的ないし体系的に管理するための基本概念について、事例と先行研究を中心に解説していく。

●講義の到達目標

本講義の到達目標は以下の通りである。

- ・多様なナレッジの概念を理解した上で、日常活動に埋め込まれたナレッジという考え方を理解すること。
- ・経営資源の1つとしてナレッジに注目し、戦略と組織の関係を理解すること。
- ・ナレッジという切り口から組織活動を分析して、改善や革新を主導するための基礎的知識を理解すること。

●講義計画

- 第1回：イントロダクション：知識社会について
- 第2回：情報システム研究におけるナレッジ・マネジメント論の展開とその背景
- 第3回：多角化研究と見えざる資産からのナレッジ・マネジメント論の展開とその背景
- 第4回：持続的競争優位の源泉の探求からのナレッジ・マネジメント論の展開とその背景
- 第5回：ナレッジ・マネジメントの事例分析（古典的なイントラネット活用事例）
- 第6回：ナレッジ・マネジメントの事例分析（研修の意義を考える）
- 第7回：新製品開発におけるナレッジ・マネジメントの意義
- 第8回：アフォーダンス・状況的認知・実践共同体の諸概念の援用
- 第9回：実践共同体の諸概念の援用
- 第10回：即興の実践共同体を考える
- 第11回：情報品質におけるナレッジ・マネジメント
- 第12回：ナレッジ・マネジメントの事例分析（新製品開発の事例）
- 第13回：ナレッジ・マネジメントの事例分析（経験価値の事例）
- 第14回：ナレッジ・マネジメントと情報倫理
- 第15回：受講生とのディスカッション

●成績評価基準と方法

講義における討論への参加度（50%）、講義中の小テスト（20%）、レポート（30%）

●テキスト又は参考文献

資料を配付する

●受講上の留意点

受講生の研究テーマに応じてディスカッションする予定です。