

アジアビジネス・フィールドスタディ 2単位(1学期)

ASIAN BUSINESS FIELD STUDY 2 credits (Spring)

准教授 小幡 績

授業科目の内容:

本コースは、KBS、中国のNo.1 ビジネススクールである清華大学と韓国 No.1 ビジネススクールであるKAIST の3校の共同開催コースであり、2012年度からスタートした科目である。日中韓3カ国のMBA生が、それぞれの国の特定の産業を比較分析した上で、3カ国のうちの1国についてその産業に属する代表企業、特色のある企業等を訪問し、フィールドスタディを行う。その産業や訪問企業のアジアおよびグローバル市場における成功に向けたキーファクターの検討、戦略策定を行うことを目的とする。

本年は、中国北京で行う。対象企業は検討中であるフィールド期間は、7月上旬の1週間である。この期間が中国、韓国の学生とともに企業訪問し、中国、韓国との学生、教員とのディスカッションを集中的に行う。

これに追加して、6月には、数回、ビデオカンファレンスを3カ国を中継して行う。使用言語は英語である。

積極的に参加する学生を熱望する。12名限定であるため、選抜を行う可能性がある。

授業の計画:

KBS 在校生ページに掲載するコースアウトラインを参照ください。

成績評価方法:

企業分析における中国、韓国との学生とのチームプレゼンテーション、および作成ケースによる。

テキスト(教科書):

教科書、参考書はない。授業内で適宜配布する。

授業の計画:

July 8 (Sat) 18:00 Welcome Reception

July 9 (Sun): Field Study starts, Preparation of Company Visit

July 10 (Mon) - 13 (Thu): Visit Companies

July 14 (Fri): Team Work for Presentation

July 15 (Sat): Final Presentation & Farewell Dinner Party

成績評価方法:

企業分析における中国、韓国との学生とのチームプレゼンテーション、および作成ケースによる。

テキスト(教科書):

教科書、参考書はない。授業内で適宜配布する。

担当教員から履修者へのコメント:

授業説明会後、参加希望者は指定の期日までに小幡までメールをすること。選抜を行う。

seki@kbs.keio.ac.jp

アントルプレナー戦略 2単位(1学期)

ENTREPRENEURIAL STRATEGY 2 credits (Spring)

教授 清水 勝彦

授業科目の内容:

総合的な計画の下に準備した授業を通じ、環境が激変する「スマホ時代」におけるテクノロジーベンチャーの可能性と課題を明らかにし、起業家人材を育成に資することが本講座の目的である。スマホアプリを開発し、2015年4月東京証券取引所マザーズ市場に株式上場を果たした株式会社Gunosyの経営陣、担当者とのインタラクティブなセッションで現在進行形のベンチャー企業の抱える課題やその醍醐味について臨場感あふれる内容を予定する。

授業の計画:

第1回 Gunosyの“アントレプレヌーアーシップ” 福島

第2回 スタートアップのファイナンス 伊藤

第3回 Gunosyのプロモーション戦略 千葉、石渡

第4回 データ分析と意思決定 吉田、関

第5回 プロダクト開発のチーム論 渡邊、松本

第6回 スマホメディアのコンテンツ 河野真、黒岩

第7回 ビジネスモデルの構築 長島

第8回 新事業展開の考え方 竹谷

第9回 (特別討論) アントレプレヌーアーシップ総括 教授 + 福島

担当者は変更される可能性あり

成績評価方法:

授業への貢献並びに課題

担当教員から履修者へのコメント:

12月に参加者を中心としたビジネスモデルコンテスト、グノシー杯を予定している。

企業家論 2単位(1学期)

ISSUES ON ENTREPRENEURSHIP 2 credits (Spring)

—グローバル戦略とラグジュアリービジネス

KBS チェアシップ基金・DKB 寄附講座

特任教授(非常勤) サム, アショック

授業科目の内容:

Objectives: The world of the luxury business is being transformed. The luxury industry primarily originates from France and Italy but as the world is becoming ‘borderless’, luxury houses are being corporatized. The local luxury houses are being transformed to global corporations as they start competing across the world and not only in their home markets, Consolidation through mergers and acquisitions, distribution through global retail networks are the only way to build multi-brand conglomerates to reach size, scale and efficiency and reach wealthy consumers across the globe.

As the luxury houses become global firms (to begin with we define them as MNCs) they like any other firms encompasses any problem or opportunity, in the areas of finance, production, marketing, information technology, and human resource management. This course draws from both the external and internal environment, and macro and micro economies of the firm focused on the business of luxury. Hence it is both interdisciplinary and integrative.

Topics covered: The course will deal with the following issues (a) global marketing, strategy tools and concepts (b) introducing the key players in the Luxury industry and their globalization strategies? (c) Did role of the state play a part in the evolution of the luxury industry? (d) family structures in the evolution of the luxury business? (e) the role of culture in the creation and of the luxury business and its transformation during the democratization of the luxury (e) as luxury companies move from family businesses to global corporations how do they ‘manage change’ in this process? (f) How does one manage talent in the Luxury industry? (g) is the lure of emerging markets in the Luxury industry is here to stay? (h) Asia’s and Africa’s involvement in the growth of the luxury business (i) sustainable Luxury

Teaching methods: The approach taken to deal with these queries will be managerially oriented. We will use a combination of theory and case studies to probe your contextual familiarity, analytical abilities and debating skills. To be an effective manager in an international context you have to be aware of your own orientations, your values while learning to listen sensitively to others. This methodology will attempt to maximize your learning experience. In-class discussions and exchanges will be a critical part of the course. Maximum benefit (both learning-wise and grade-wise) can only be assured by your attending class prepared, the quality of your presentations, ready to listen to and debate with your class members.

授業の計画:

Session 1&2: Introduction to the Course:

Marketing and Strategy Tools

Reading:

Competition & Business Strategy in Historical Perspective by Pankaj Ghemawat (Book Chapter)

Session 3&4: Role of the State and the Country of Origin

Reading:

Are Consumers Really Willing to Pay More for a Favorable Country Image? A Study of Country-of-Origin Effects on Willingness to Pay, Nicole Koschate-Fischer, Adamantios Diamantopoulos, and Katharina Oldenkotte, Journal of International Marketing, Vol. 20, No. 1, 2012, pp. 19-41

Background Reading:

Technical Note (A): Overview of the Global Luxury Industry

Session 5&6:Globalization, MNC and Luxury Business: The Actors

Readings:

Chapter1: Globalization and Expansion Imperative, International Management: Managing Global Corporation, Ashok Som, McGrawHill.

Session 7&8:Organizing International Operations and Expansion

Readings:

- 1.Competitive advantage of Nations (Chapter 1 of International Management: Managing the Global Corporation).
- 2.Burberry CEO on turning an ageing British Icon into a global luxury brand HBR Jan-Feb, 2013

Session 9&10:Managing Multi-Brand Conglomerate

Readings:

- 1.Wetlaufer, S. (2001). 'The Perfect Paradox of Star Brands: An Interview with Bernard Arnault'. Harvard Business Review, October, 116-123.
- 2.Chapter2: Developing Strategic Capability: Evolution of the MNC, International Management: Managing the Global Corporation, Ashok Som, McGrawHill

Session 11&12:Homoluxus: The People Factor in Luxury Industry

Readings:

- 1.Jean-Louis Barsoux and Peter Lawrence (1991). The making of a French Manager. Harvard Business Review.
- 2.Hae-Jung Hong and Yves Doz (2013) L'Oreal Masters Multiculturalism. Harvard Business Review.

Session 13&14:Organizational Restructuring and Re-design

Reading:

- 1.Chapter 13: Luxury Business Models. Kapferer & Bastein
 - 2.Pradas CEO on staying independent HBS Sept 2012
- Background Reading: Technical Note (B): Luxury Industry in Emerging Markets (India & China)

Session 15&16:Emerging Market Luxury Brands

Reading:

- 1.Sinha Piyush Kumar and Som Ashok (2011), "The Luxury Roundtable: Does the Luxury Business Need a Rethink?" Vikalpa 36 (1), pp. 73 - 74.
- 2.Som, A and Das, S (2012). "The rise of Indian Luxury Brands. In Glyn Atwal and Soumya Jain, The Luxury Market in India: Maharajas to Masses.

Background Reading: Technical Note (C): Issues of Luxury Industry in Emerging Markets (ECCH Ref. No. 306-513-6)

Optional reading: India Luxury Review, 2011, A T Kearney

Session 17:Sustainable Luxury & CSR

Reading:

- 1.The anatomy of the luxury fashion brand, Antoinette M. Fionda and Christopher M. Moore, Journal of Brand Management (2009) 16, 347 - 363.
- 2.Chapter 14: Entering Luxury and leaving it. Kapferer & Bastein

Session 18:End-Term Exam

成績評価方法:

- Class Participation & Attendance 25%
 - Regular Group Work (Any 2 cases + LVMH Case) (5 member Group) 40%
 - End-Term Exam 35%
- Total 100%

テキスト(教科書):

The Road To Luxury: The Evolution, Markets and Strategies of Luxury Brand Management

Ashok Som, Christian Blanckaert

ISBN: 978-0-470-83002-4

432 pages

March 2015

企業経済論 2単位(1学期)

BUSINESS ECONOMICS 2 credits (Spring)

教授 姉川 知史

講師 山本 健

授業科目の内容:

本科目は、次を目的とする。第1に、ミクロ経済学の入門レベルの学習内容を応用して、いかに、企業行動、市場競争、その他を分析するか概観し、企業分析、市場分析、産業分析を行う。これは、ミクロ経済学の応用による、「企業戦略論」「市場行動論」の基礎付けに該当する。

第2は、実際に、統計的データを用いた、企業行動、市場競争、その他の分析の応用を行う。ここでは、代表的な題材と統計的手法を選択し、データの入手から、その加工、統計理論の応用、分析手続、解釈までを示し、実際に、データを利用した分析を習得する。これは統計的分析手法の応用に該当する。

授業の計画:

1 ミクロ経済学 独占

Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.10

2 計量経済学 データ

ホーエル 初等統計学 Ch.1-2 と事例

3 ミクロ経済学 独占力と価格設定

Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.11

4 計量経済学 確率

ホーエル 初等統計学 Ch.3-4 と事例

5 ミクロ経済学 独占的競争と寡占

Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.12

6 計量経済学 確率分布

ホーエル 初等統計学 Ch.5-6 と事例

7 ミクロ経済学 ゲーム理論

Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.13

8 計量経済学 推定

ホーエル 初等統計学 Ch.7

9 ミクロ経済学 生産要素市場

Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.14

10 計量経済学 検定

ホーエル 初等統計学 Ch.8

11 ミクロ経済学 投資理論

Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.15

12 計量経済学 回帰分析

ホーエル 初等統計学 Ch.9

13 ミクロ経済学 一般均衡

Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.16

14 計量経済学 回帰分析

各種資料

15 ミクロ経済学 情報の非対称性

Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.17

16 計量経済学 回帰分析

各種資料

17 ミクロ経済学 外部性と公共財

Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.18

18 計量経済学 回帰分析

各種資料

19 計量経済学

学生 Project発表

20 計量経済学

学生 Project発表

成績評価方法:

授業参加40%

宿題・レポート60%(グループ・プロジェクトも可、要相談)

テキスト(教科書):

Pindyck and Rubinfeld Microeconomics 8/e, 2012 Pearson

あるいはその翻訳『ピンダイク&ルービンフェルド ミクロ経済学 I,II』中経出版, 2014

ポール G.ホーエル(著), 浅井 晃(翻訳), 村上 正康(翻訳)『初等統計学』培風館; 第4版, 1981.

参考書:

多数, 講師のHP該当箇所参照 <http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>

あるいはKeio JP「授業支援」参照

担当教員から履修者へのコメント:

初歩のミクロ経済学既習者, 統計学入門既習者が望ましい。統計についてはEXCELその他のソフトウェアを用いた実習を行う。

質問・相談:

授業後30分あるいはe-mail 予約

起業と法フォーラム・プログラム 2単位(1学期)

INCUBATION AND LAW : FORUM PROGRAM

2 credits (Spring)

法務研究科(法科大学院)教授(有期) 草野 耕一
講師 梅林 啓

授業科目の内容:

我が国経済の発展を妨げている要因の一つに「起業の難しさ」が挙げられる。その原因はさまざまであろうが、起業家の良き「カウンセラー」たり得る法律家の絶対数が不足していることも原因の一つであろう。このような現状を踏まえて、本科目は、起業を支援し、以て経済社会の負託に答え得るコーポレート・ロイヤーを育成することを目的とするものである。具体的には、起業家が会社を経営していくにあたり直面する会社法上の諸問題と起業後間もない会社に生じがちな様々な「不祥事」への対処方法について、事例問題を用いながら問題の発見・分析・解決能力の陶冶に努める。

授業の計画:

- 第1回 企業経営の目的と株主価値最大化主義
- 第2回 投資政策
- 第3回 資本政策
- 第4回 配当政策
- 第5回 多角化政策
- 第6回 非営利政策
- 第7回 起業支援の実務(1)
- 第8回 起業支援の実務(2)
- 第9回 危機管理概説
- 第10回 行政機関の行う調査とこれに対する企業の対応
- 第11回 従業員による情報漏洩
- 第12回 従業員による資産の不正流用
- 第13回 会計処理を巡る実務上の諸問題と第三者委員会
- 第14回 製品偽装
- 第15回 総括
- 第16回 期末試験

成績評価方法:

平常点10点、期末試験90点として総合評価。

テキスト(教科書):

教科書として、草野耕一(2011)『会社法の正義』(商事法務)を用いる。

担当教員から履修者へのコメント:

経営管理大学院の学生の履修を熱烈に歓迎いたしますが次の三点にご注意ください。

1. 授業の前半で扱う内容はファイナンス理論をベースとしたものであるためか、「経営管理大学院ですでにならったことの繰り返しであった」という感想を述べた学生が過去に若干名いました。しかしながら、授業での中心的論点は「経営者の会社法上の行為規範」という純然たる法律問題であり、ファイナンス理論はこの問題を解くための一つの手がかりにすぎないという視点を忘れないようにしてください。
2. 授業の後半は「危機管理」という新興企業が陥りがちな法律問題を取り上げます。前半との関係は授業の数においても試験のウェイトにおいてもほぼ50-50ですので、こちらのテーマにも関心のある人でないと学習意欲の維持は困難であるかもしれません。
3. 全体の授業を通じて、民法や会社法など企業を取り巻く法律の基本知識に言及する場合が少なくありません。この点に「違和感を覚えた」という感想を述べた経営管理大学院の授業履修生が過去にありましたが、本授業は法科大学院の正規の授業ですので、このような知識を引用することはやむを得ないことを予めご承知置きください。

グランド・デザイン・プロジェクトⅢ 2単位(1学期)

GRAND DESIGN OF TECHNOLOGICAL INNOVATIONS IN GLOBAL PERSPECTIVES 2 credits (Spring)

Grand Design of Technological Innovations in Global Perspectives

教授 姉川 知史

授業科目の内容:

2017年度大和証券未来先導チェアシップ, Grand Design of Technological Innovations in Global Perspectives—Crisis, Sustainability and Healthとして本科目をを行う。

科学・技術成果をどのように実用化して世界の直面する課題解決を図る技術マネジメントについて、広域学際研究に基づく授業を行う。次の特徴を強調する。1.実際に自ら科学・技術を生み出して、その実用化と体系化を行っている研究者を招聘し、その体験を整理して課題解決を図る。2.諸外国の「科学・技術のEcosystem」と比較して、日本のそれを検討する。3.科学・技術の成果を実用化のための一連のマネジメント講義を行う。Project and Program Managementを強調する。4.今年度は、持続可能性、環境、医療、IT、その他に関する科学・技術領域を選択する。

<概要> 3つのモジュールを中心に実施する。第1部はKenji Uchino 講師 (Penn State University, Professor)他を招聘し、イノベーションマネジメントの3日間連続集中講義を行う。第2部は田中弘講師 (SKEMA Business School, Professor)を招聘し、Project and Program Management for the Grand Designの3日間集中セミナーを実施する。第3は参加者のProject研究発表、専門家による講演、討議を行うフォーラムを主題別に実施する。

<実施組織> 経営管理研究科「マネジメント教育開発センター・ビジネス教育研究開発室」を拠点とする「Keio Grand Design by Japan Program」(実施責任者 姉川知史)にKenji Uchino, 田中弘教授を含めた、数人の教員・専門家チームを編成し、その協議によって題材、講義内容、運営方法、事例教材、講師を選定して運営する。

授業の計画:

Schedule: July 15 Saturday, 9:00-10:30 Orientation no class count

Module 1 Three Day Intensive Lectures on Global Crisis/Sustainability Technologies

Led by Professor Kenji Uchino (12 Sessions)

Invited Lecturer: Professor Kenji Uchino (State University of Pennsylvania)

Title of Lecture: Global Crisis/Sustainability Technologies

Textbook: Global Crisis/Sustainability Technologies (World Scientific 2017)

Content: Provide an overview of crisis, sustainability technologies based on his new book. It covers politics and technology, trend, risk management, and crisis technology and sustainability technology.

Schedule: July 15 Saturday 10:45- 18:00, 1st Day

Chap 1: Background of Politico Engineering - 2 hours

Chap 2: Japanese & Global Technology Trend Change - 1 hour

Chap 3: Global Politics in Engineering - 1.5 hours

Chap 4: Categorization of Politico Engineering - 1.5 hours

July 22 Saturday 10:45-18:00, 2nd Day

Chap 5: Crisis Technology - 2 hours

Chap 6: Sustainability Technology - 1 hour

Chap 7: Risk Management - 3 hours

July 23 Sunday 10:45-18:00, 3rd Day

Chap 7: Risk Management (Cont.) - 1 hour

Chap 8: Advanced Game Theory - global regime - 4 hours

Chap 9: Concluding Remark & Discussions with Students - 1 hour

Module 2. Project and Program Management Seminar for the Grand Design led by Professor Hiroshi Tanaka Jointly with Ms. Taeko Inoue (10 Sessions)

Textbook: Handout files

Module 2 Seminar participant status: In addition to registered students taking this course as credit, Module 2 is opened for students and the

public as a seminar upon registration and seminar fee. Seminar fee is waived for students and the public with fulfilling conditions. The registered seminar participants can audit Module 1 and 3 by permission of a coordinator (Professor Anegawa) and an instructor (Professor Uchino).

Schedule, July 16th, Sunday, 1st Day 10:45-18:00

Onsite registration

Opening and Introduction

Session 1 Introduction to Projects

Session 2 Developing a Project for Innovation and Grand Design

- Project development fundamentals

Four routes of conception of innovation projects:

- 1) Systems approaches - hard and soft
- 2) Program management
- 3) Brain-storming using common management theories
- 4) Service innovation

Financial analysis by the Net Present Value (NPV) method

Schedule, July 17th, Monday, Holiday, 2nd Day 10:45-18:00

Session 3 Project Management

- Universal concept of project management
- Project management work flow
- Plain objectives of project management
- Project scope planning and management
- Quality in project management
- Project time management
- Project resources management
- Project cost planning and management
- Project risk analysis and management
- Project formation and organization
- Project integration management

Schedule, August 5th, Saturday, 3rd Day 13:00-16:15 (2 Sessions)

Session 4 Project Management Workshop

Strategy brainstorming on a group-selected project theme
Setting a project mission, value analysis, development of a project proposal

Stakeholder analysis, organization, work breakdown structure (WBS), project schedule, cost estimate, Finance planning, project execution strategy

Compiling & editing a result presentation file

Result presentation

Wrapping up the seminar

Module 3 Forum Series led by Professor Anegawa

One day forum on topics and projects held in Module 1 and 2. A forum consists of project presentation by participants and lectures by invited speakers.

Schedule August 6th, Sunday (3 Sessions)

13:00-18:00 Forum 1, Technology for Crisis and Sustainability

Invited lecturers including Helmut Prendinger (National Institute of Informatics)

Note: Grading will be made for students talking this course (Grand Design Project III) for credit as of Mid-August based on class participation, reports, presentations for Module 1, 2 and forum in August.

Schedule September 16th, Saturday, 17th, Sunday (Follow-up forum)

13:00-18:00 Technologies for Health

Invited lectures including Dr. Eiji Sasahara and others

Presentation by students

Note: The follow-up forum will be held for each issue covered in Module 1 and 2 in the above schedule and other additional occasions. Students and participants are expected to report their project results and progress they made afterwards.

成績評価方法:

授業参加 プロジェクト・レポート

テキスト(教科書):

Global Crisis/Sustainability Technologies (World Scientific 2017)

Content: Provide an overview of crisis, sustainability technologies based on his new book. It covers politics and technology, trend, risk management, and crisis technology and sustainability technology.

Collected papers are distributed as a course pack.

担当教員から履修者へのコメント:

この授業は慶應義塾未来先導チェアシップ授業として、主に7-9月の週末を利用して、集中講義、Project & Program Management Seminar, 最先端の専門家を招聘したフォーラム、シンポジウムの3つのモジュールで実施します。使用言語は英語ですが、講師は日本語も併用します。貴重な機会であり、研究科だけでなく、様々な研究科学生の参加を待ちます。

グローバルフィールド研究 2単位(1学期)

GLOBAL FIELD STUDY 2 credits (Spring)

教授 中村 洋

授業科目の内容:

海外の特定地域・国の経営環境(文化、制度など)を学ぶとともに、クラスでの講義・研究とフィールド調査を通じ、(対象地域・国あるいは日本での)ビジネスチャンスの探求を行う。調査対象の地域・国の決定、テーマの設定、訪問企業の設定やアポイントは、参加学生のイニシアティブの下に行う。

授業の計画:

対象地域・国で2-5名のチームを作り、テーマの設定ならびに調査対象企業・機関の選定などは、学生のイニシアティブの下、行います。同様に、テーマに合わせ、外部講師の選定ならびに講演日程の調整も行います。

便宜上、授業時間ならびに現地調査期間をあらかじめ設定していますが、第一日目以外は、参加者の都合に合わせて、日程を調整します。

第一日目 打ち合わせならびにグループワーク

第二日目から6日目 グループワーク/講演

7-8月 現地調査

(日程は、参加者の日程に合わせて変更します)

成績評価方法:

授業参加ならびにレポート提出

担当教員から履修者へのコメント:

修士論文あるいはその他の研究で、実際に現地調査を行う予定・意欲のある方の参加を希望します。

経営者の法と実務 2単位(1学期)

LEGAL PRACTICE FOR EXECUTIVES 2 credits (Spring)

講師 佐藤 明夫

授業科目の内容:

法律は、社会との関連性の中ではじめて意味を持つてくるものであるから、実社会と切り離された中で、理論や判例、学説の学習を座学として行ってもあまり意味がない。とりわけ、経営者やシニアのビジネスマンとなるための学習として法律を学ぶ場合、法律だけでなく、会計、税務を含む、経済やその他の社会の様々な情勢との関連性を常に意識し、かつ、具体性を持って勉強しなければほとんど「使えない教養」にしかない。そこで、本講座においては、卒業生が、一定以上の規模の会社の取締役に就任したり、経営企画部等の戦略部門において勤務することや、卒業後に起業家としてベンチャービジネスを興し将来上場を目指していくことなど、企業の中核において会社経営に参画することを念頭に、企業経営に必要な会社法を中心とした様々な法律の基礎を勉強した上で、会計、税務、人事政策等から、資本政策、IPO、さらには、上場後の企業の中核として知っておかなければならない経営や事業戦略上必要となる様々な事項について、単なる抽象的な座学にならないように、法律については実務的、実践的に、さらには、法律以外の分野との関わりを具体的に示しながら講座を展開していくことを想定している。

なお、必要に応じて、専門的な法律分野や、他の分野の専門家を招聘して、そういった専門家の講義と連携して授業を進めていくことを想定している。

授業の計画:

- 1・2回 総論
- 3・4回 起業
- 5・6回 事業
- 7・8回 人事・労務
- 9・10回 知的財産(産業財産)
- 11・12回 金融および資本政策
- 13・14回 上場および上場関連事項
- 15・16回 会計・税務および法律との関連
- 17・18回 上場企業としての経営戦略

成績評価方法:

レポートの内容をみて、評価する。

経営戦略の研究手法 2単位(1学期)

RESEARCH METHODS OF STRATEGIC MANAGEMENT

2 credits (Spring)

教授 磯辺 剛彦

授業科目の内容:

本講座は、経営戦略についての研究方法について学ぶことを目的とする。KBSでは修士論文という研究論文を卒業要件にしているが、研究論文と呼べない「書きもの」が目立つ。単にデータを統計分析したもの、聞いたり書いてあることをまとめたもの、これらは研究ではない。そこで、「研究とは何か」、「そのデザインをどのように描くか」、「研究論文が満たすべき要件とは何か」などについて考える。

授業の計画:

- 第1回 イントロダクション・情報入手
- 第2回 経営戦略論の名著を読む
- 第3回 良い論文と悪い論文
- 第4回 リサーチデザイン
- 第5回 SPSS(中小企業の競争力調査:アンケートデータ)
- 第6回 定量的研究
- 第7回 定性的研究
- 第8回 グループワーク(中国への参入戦略:アンケートデータ)
- 第9回 グループ発表
- レポート 自治体職員の職務満足度調査(アンケートデータ)の分析

成績評価方法:

出席(20%)、クラス貢献(30%)、グループ発表(20%)、レポート(30%)

経済性分析 2単位(1学期)

ECONOMIC ANALYSIS FOR MANAGEMENT DECISIONS

2 credits (Spring)

教授 河野 宏和
専任講師(有期) 市来 寄 治
理工学部准教授 稲田 周平

授業科目の内容:

本講座では、将来に向けての意思決定を主に経済的な側面から支援するための考え方と技法について、事例分析や演習を交えながら体系的に学習することを目的とする。このような考え方・技法は、一般に経済性工学と呼ばれる領域で体系化されているもので、対象とする時点が意思決定時点より将来であることから、伝統的な財務会計と考え方が異なり、経営においては両者を目的に応じて適切に使い分けていくことが重要になる。本講座では、主に以下の内容をカバーする。

- ・ 比較の原則とその応用
- ・ 全部原価計算と直接原価計算
- ・ 埋没費用、残存簿価、減価償却と設備更新
- ・ 手余り状態・手不足状態と改善効果・機会損失
- ・ 優劣分岐点と損益分岐点
- ・ 資金の時間的価値と換算係数
- ・ 単一投資案の評価指標:正味利益、回収期間、内部利回り
- ・ 独立案、排反案、混合案からの選択問題
- ・ 税引前利益と税引後利益
- ・ 不確実な状況での分析手法:感度分析、採算検討図、優劣分岐線図など

対象とする意思決定は、設備投資、工場立地、情報システム投資、間接業務の合理化、営業活動の効率化、プロダクトミックス、内外製区分、海外立地とロジスティクスなど、多岐に応用可能である。講座の後半では、キャッシュフロー経営や国際会計基準、財務会計との比較、実際の企業で用いられている投資評価マニュアルにも言及する。

授業の計画:

- 第1・2回: 経済性の比較の原則
- 第3・4回: 工場における改善活動の実施効果の算定
- 第5・6回: 資金の時間的価値、投資案の経済性指標(正味利益、投資利益率、回収期間)
- 第7・8回: 経済指標を使った投資案の正しい選択方法
- 第9・10回: 不確実な状況下での分析方法1(採算検討図、優劣分岐線図、損益分岐線図)
- 第11・12回: 不確実な状況下での分析方法2(感度分析、固定・変動図表)
- 第13・14回: 物価変動が見込まれる中での経済性分析、経済性分析に関わるその他のトピック
- 第15・16回: 物流改善における設備投資の評価方法
- 第17・18回: 設備更新と原価計算
- 第19・20回: レポート作成

成績評価方法:

毎回の課題提出と期末レポートで評価します。

テキスト(教科書):

『改訂版 経済性分析』千住 鎮雄、藤田 精一、伏見 多美雄、山口 俊和(日本規格協会、1986年12月)

参考書:

『新版 経済性工学の基礎 意思決定のための経済性分析』千住 鎮雄、伏見 多美雄(日本能率協会マネジメントセンター、1994年6月)
『経済性工学の演習』千住 鎮雄、中村 善太郎、丹羽 明(日本能率協会マネジメントセンター、1994年7月)

担当教員から履修者へのコメント:

会計管理(基礎科目)と多少関連しますが、その成績は問いません。

経済理論 I 2単位(1学期)

ECONOMIC THEORY 1 2 credits (Spring)

教授 姉川 知史
講師 川村 顕

授業科目の内容:

本科目は修士課程1年生を主な対象として1学期に実施する。

次の目的を持つ。第1に、学生が、ミクロ経済理論の標準的内容を理解し、応用能力を獲得することである。第2に、2学期以降の基礎科目、専門科目に関する学生の理解を助けることである。

対象学生は、これまで大学の入門レベルのミクロ経済学を履修したことがない学生、また理解が十分でない学生である。主に1年生の学生を対象とし、2年生については履修許可制として、毎年90人前後を想定する(下記の説明と、履修注意参照)。

授業は、世界標準の代表的教科書を使った講義を行う。2クラス編成により、2人の講師が分担して教える。授業では教科書参考資料、Pindyck and Rubinfeld, Microeconomics 8th ed.その翻訳である『ピンダイク&ルービンフェルド ミクロ経済学』を解説し、さらにその応用を説明する。学生は教科書を読んで理解することが課せられる。さらに、いくつかの題材についてはケース・メソッドを行う。

授業の計画:

<本システムは学年途中の修正ができないため、最新の内容は下記を参照してください。>

- a. KBS在校生ページに掲載するコースアウトラインを参照ください。
- b. また、KBSならびに他研究科の学生は講師のHPを参照ください。
<http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>

- 1-3 導入: 市場, 需要, 供給, 価格について
Pindyck and Rubinfeld 2012 Microeconomics, Ch.1,2
事例教材
- 4-7 消費の理論
Pindyck and Rubinfeld 2012 Microeconomics, Ch.3-5
事例教材
- 8-14 生産, 費用, 競争, 独占の理論

Pindyck and Rubinfeld 2012 Microeconomics, Ch.6-12
事例教材
15-20 ゲーム理論, 情報の非対称性, 環境
Pindyck and Rubinfeld 2012 Microeconomics, Ch.13-18
事例教材

成績評価方法:
授業参加, 中間試験, 期末試験

テキスト(教科書):
Pindyck and Rubinfeld, Microeconomics 8/e, Pearson, 2012. あるいは
ピンダイク・ルービンフェルド『ミクロ経済学I』『ミクロ経済学II』
中経出版, 2014 を使用。
担当教員から履修者へのコメント:
<履修注意>

当科目は、ミクロ経済学未履修者がそれを本研究科において履修する唯一の機会であり、1年生1学期科目である。科目開設以来、過去18年間、1年生の8から9割が履修をしてきた。統計学入門も同様である。2013年度は、履修指導が徹底せず、1学期の経済理論1と統計学入門の履修者が極めて少なく、1学年の大多数の学生がミクロ経済学と統計学について理解不足のままとなる想定外の状況が生じた。1年次に履修しないと、2年次での履修は容易でなく、これまで類似の科目を履修していない学生は履修が望ましい。

世界の標準的MBA教育プログラムにおいて、「経済理論1」のミクロ経済学、「経済理論2」のマクロ経済学、「統計学入門」の確率・統計学の内容は必須科目であり、MBA学生の大半はそれらの科目を履修し、理解している。

これに対して、当研究科では、これらの3科目の内容を、入学前にすでに履修している学生が1から2割ほどいること、3科目の内容は基礎入門的なものであること、ケースメソッドではなく講義メソッドで実施することなどの理由で、これらを基礎科目とはせず、1年1学期あるいは2学期の「選択科目」として実施している。

これら3科目の大学学部レベルの科目の未履修者は、これらの選択科目を履修するか、選択しない場合は、1年次2学期半ばまでに独習し、それらの内容を完全に習得することが求められる。

ミクロ経済学、マクロ経済学、統計学入門の理解のない学生は、MBA教育を十分に活用するために、これらの科目を履修すべきことを理解していただきたい。

質問・相談:

科目内容、カリキュラムにおける位置づけ、履修選択などに関する疑問が生じたときには、履修申請前のタイミングで、科目担当教員に必ず問い合わせてください。

集中企業研究 2単位(1学期)

INTENSIVE CORPORATE ANALYSIS 2 credits (Spring)

あなたが経営者であれば、大塚家具は今何をすべきだと思いますか？

講師 三富 正博
准教授 村上 裕太郎

授業科目の内容:

目的: 企業トップの視点に立って、企業価値の創造にコミットできるプロフェッショナルな経営者の育成を目的としています。

方法: 1学期間に1つの企業を複数の領域から深く分析します。今年取り上げる企業は、大塚家具です。実際に企業に訪問し社長の久塚美子さんに企業として大切にしている理念や戦略、さらには困っている問題点、将来に向けて対処すべき課題等を語っていただきます。それをベースに企業分析をし、課題を明確にし、企業価値創造の道筋を明らかにしていただきます。学生の方には本授業全体をひとつのプロジェクトに見立ててプロジェクトマネジメントをしていただき、アウトプットとして対象企業のケース教材を完成し、作成ケースを用いた教育授業をしていただきます。

内容: この科目は3つの内容から構成されています。①企業分析アプローチの明確化、②企業分析、③ケース教材の作成と教育授業です。

① 企業分析アプローチの明確化: 「トップの視点とは?」、「複数の領域とは?」、「深く分析するとは?」、「企業価値の創造とは?」、「経営するとは?」等についてクラスでのブレインストーミングや課題図書のリディングを通じて解き明かし、企業分析アプローチを明

確にします。さらには明確にしたアプローチを通じて企業分析をするための事前準備を行います。

② 企業分析: ①で明確にしたアプローチに沿って企業分析を行います。分析には、対象企業の経営者へのヒアリングが含まれています。

③ ケース教材の作成と教育授業: ケース教材の作成と作成ケースを用いた教育授業を実施します。教育授業の参加者は、本授業の受講生以外のKBSの学生と講師のネットワークにある経営者や管理者やコンサルタントのみならずです。授業の最後に大塚さんから受講生のみなさんの授業ぶりにつきコメントをいただけます。

学生に期待する点:

将来事業会社のトップとして実際に企業価値の創造にコミットしたい学生の受講を期待します。外部から分析して終わる授業ではありませんので単に評論したい方の受講はお控えください。

授業の計画:

第1回(4月7日): はじめにと準備①

第2回(4月14日): 準備②

第3回(4月21日): ヒアリング①大塚様@有明

第4回(4月28日): ヒアリング②(仮) 銀座店あるいは新宿店

第5回(5月12日): ヒアリング③30代の社員の方

第6回(5月19日): 教育授業へ向けた準備①

第7回(5月26日): 教育授業へ向けた準備②

第8回(6月2日): 大塚様への中間報告@有明

第9回(6月9日): 教育授業へ向けた準備③

第10回(6月16日): 作成ケースを用いた教育授業

第11回(6月23日): 作成ケースのアップデート

成績評価方法:

出席、発言、授業への貢献等を勘案して評価します。

テキスト(教科書):

なし

参考書:

なし

担当教員から履修者へのコメント:

集中企業研究は今年で9年目です。過去取り上げた企業はオムロン(1年目)、パルス(2年目)、青山フラワーマーケット(3年目)、パナソニックの携帯電話事業(4年目)、タマチ工業(5年目)、デザイン会社のnendo(6年目)、日本レーザー(7年目)、昨年は富士フィルムです。

今年の授業は、大塚家具を取り上げます。時代の変わり目における事業承継、業績が悪い中でどのように変革すべきかに関心がある方にとっては学びの多い授業になるようにしたいと思います。

新事業創造体験 2単位(1学期)

NEW BUSINESS PLANNING AND DEVELOPMENT

2 credits (Spring)

講師 若山 泰親

授業科目の内容:

【科目のねらい・目標】

自ら起業、あるいは大企業等の組織の中で革新的な新規事業を企画・立案・実行できるリーダーの育成が本科目の目標である。ベンチャー企業の起業家として、また、大企業の新規事業開発リーダーとして、イノベーションの創出とその事業化をマネジメントし、事業と企業の価値を高めていける人材が待望されている。

本科目では、新事業創出の事例(成功事例及び失敗事例)の研究と新事業のビジネスプラン作成(新規起業、既存企業内での新規事業どちらでも可)のためのグループワークを通じ、グローバルに通じる事業、企業を創出するための戦略立案能力を学習するとともに、実際の新規事業において直面する課題とその克服に関するフレームワークを学習する。

また、リーダーとして強化すべき資質であるところの、アントルプレナーシップ、戦略立案能力、ビジネスデベロップメントに関わる各種統合的な能力、コーポレートファイナンス領域におけるスキル、柔軟でスピード感のある事業運営能力、リーダーシップおよび組織マネジメント能力などについても、強化のための指針を示すものとする。

【授業で扱う領域】

新事業のビジネスプランの策定に必要なスキルの習得と、フィールドワークを通じた新事業開発の体験を主に取り扱う。受講者自身が手を動かしてビジネスプランを作成することになるため、実際の

新事業創造局面での活用に耐えうるビジネスプラン作成スキルの習得が可能である。

授業は、(1) 講義・ケースディスカッション、(2) 外部講師参加によるリアルケース演習、(3) ビジネスプランの立案・フィールド調査・発表、の組み合わせにより進められる。

授業の計画:

- 第1回 インTRODクシヨン/事業機会の探索
- 第2回 事業コンセプトの確立
- 第3回 事業コンセプトのプレゼンテーション
- 第4回 ビジネスプランの作成プロセス
- 第5回 新事業のマーケティング戦略
- 第6回 アクシヨンプランと定量化
- 第7回 資金調達/資本政策
- 第8回 成長戦略とマイルストーン
- 第9回 最終ビジネスプラン発表

成績評価方法:

- 1. クラスへの出席とクラス貢献 25%
- 2. 個人及びグループワークで作成するビジネスプランの評価 50%
- 3. フィールドワークの評価 25%

テキスト(教科書):

指定なし

参考書:

- 「アントレプレナーの教科書」 スティーブン・G・ブランク (著), 渡邊 哲 (翻訳), 堤 孝志 (翻訳)
- 「Getting to Plan B」 John Mullins (著), Randy Komisar (著)
- 「キャズム」 ジェフリー・ムーア (著), 川又 政治 (翻訳)
- 「ビジネスモデル・ジェネレーション ビジネスモデル設計書」 アレックス・オスターワルダー (著), イヴ・ピニューール (著), 小山 龍介 (翻訳)

担当教員から履修者へのコメント:

主体的にビジネスプランの策定とフィールドワークに取り組むことを要望する。実際に起業や既存企業内での新事業立ち上げに取り組む履修者を歓迎する。

なお、想定している受講者は下記の通りである。

- ・ 具体的な起業プランや将来起業する構想を持ち、ビジネスプランのブラッシュアップ、実践を考えている学生
- ・ 新規事業開発のフレームワークを学びたい学生
- ・ ベンチャーキャピタル、金融機関などの立場からベンチャー企業の評価のための知見を得たい学生

生産マネジメント 2単位(1学期)

MANAGEMENT OF PRODUCTION 2 credits (Spring)

教授 坂爪 裕

授業科目の内容:

本年度の生産マネジメントでは、改善活動のマネジメントに焦点を当て、ケース討議と専門書の輪読を組み合わせ、ディスカッションを行います。ケース討議は、通常の科目通り、前半グループ討議+後半クラス討議を行います。また専門書の輪読については、毎回、レジュメ発表者が指定図書の要約を発表し、その後に質疑応答+全員でディスカッションを行い、適宜担当者が補足説明を加えるというプロセスで行います。

授業の計画:

- 第1回 (4/7): 改善の基礎 ～ムダと付加価値作業～
ビデオ演習: 紙切り作業+パン製造作業
- 第2回 (4/14): 改善活動を根付かせるためには?
ケース討議: 「山田製作所」+ 「森田フィルム」
- 第3回 (4/21): 改善活動を推進するミドルマネジャの役割
ケース討議: 「練馬総合病院 (A) (B) (C) (D) (E) (F)」
- 第4回 (4/28): 改善活動のマネジメントに関する輪読 (I)
川瀬武志 (2007) 『IE問題の基礎』 日刊工業新聞社 第1章～第6章
- 第5回 (5/12): 改善活動のマネジメントに関する輪読 (I)
川瀬武志 (2007) 『IE問題の基礎』 日刊工業新聞社 第12章～第15章
- 第6回 (5/26): 海外工場における改善活動のマネジメント
ケース討議: 「ブラザー・インダストリーズ・ベトナム」
- 第7回 (6/2): 海外工場における改善活動のマネジメント
ケース討議: 「海外現地法人元社長からの提言」
- 第8回 (6/9): 改善活動のマネジメントに関する輪読 (II)

小池和男 (2013) 『強い現場の誕生』 日本経済新聞出版社 序章～第4章

第9回 (6/16): 改善活動のマネジメントに関する輪読 (II)

小池和男 (2013) 『強い現場の誕生』 日本経済新聞出版社 第5章～終章

成績評価方法:

評価については、履修者の数にも依りますが、討議におけるクラス貢献と輪読の際のレジュメ発表で判断します。

戦略コンサルティング 2単位(1学期)

STRATEGIC CONSULTING 2 credits (Spring)

KBS チェアシップ基金・ボストンコンサルティング寄附講座

教授 小林 喜一郎

教授 岡田 正大

授業科目の内容:

戦略コンサルティング会社のリーダー的存在であるボストン・コンサルティング・グループより講師を招聘し、コンサルティング現場の実例に基づいた講義を行う。これによって経営の今日的課題を理解し、同時にコンサルティングの手法・アプローチ・頭の使い方を学ぶ。主たるテーマは、戦略コンサルティングの概要、バリューポートフォリオマネジメント、マーケティング・営業戦略、プレゼンテーションテクニック、デコンストラクション、ICT戦略、コーポレートガバナンス、BCG コンセプト等を予定している。

履修登録をする為には、科目説明会における事前の仮登録が必要となる。学習効果と効率を最大限に高めるため、将来戦略コンサルタントになりたい、もしくは事業会社の企画部や経営トップの立場から戦略コンサルを用いる希望のある者に履修を限定し、20名以内の履修定員を設ける。定員を超える仮登録があった場合は、簡単な志望票を各希望者書いた上で、それに基づいて担当教員とBCGが合議の上選抜する。毎回グループプロジェクトおよび個人発表準備などがあるため、事前の入念な準備が不可欠である。全回数の出席を必須とし、遅刻は認めない。

さらに都心開催のため、日吉との往復が新たに発生するので、午後の授業と講義概要のバランスを考える必要がある。上記を十分勘案したうえで履修すること。

授業の計画:

- 4月12日 杉田 浩章 午前8:40～11:50 "「戦略コンサルティング講座」の概要紹介
～BCGの経営+グループ別の初期課題設定"
- 4月19日 桜井一正 午前8:40～11:50 "経営コンサルティングのスキル習得(1)
～BCG流 ロジカルシンキング"
- 5月10日 西田 庄吾 午前8:40～11:50 "経営コンサルティングのスキル習得(2)
～BCG流 顧客インタビュー"
- 5月17日 坂倉 亘 午前8:40～11:50 "経営コンサルティングのスキル習得(3)
～BCG流 プレゼンテーション"
- 5月31日 丹羽 恵久+栗原 勝芳、堀内 喬 午前8:40～11:50 "実践演習(グループ別ワークショップ)
～中間報告"
- 6月7日 加来 一郎 午前8:40～11:50 "経営コンサルティングのスキル習得(4)
～BCG流 M&A活用術"
- 6月14日 高部 陽平 午前8:40～11:50 "経営コンサルティングのスキル習得(5)
BCG流 ファシリテーション"
- 6月21日 大平 正秀 午前8:40～11:50 "経営コンサルティングのスキル習得(6)
～BCG流 組織変革/トランスフォーメーション"
- 6月28日 佐々木 靖 午前8:40～11:50 "実践演習(グループ発表)
～最終報告"

成績評価方法:

出席、グループ課題、個人課題

テキスト(教科書):

特になし

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目: 総合経営、競争戦略論

日本証券市場論 2単位(1学期)

JAPANESE SECURITIES MARKETS 2 credits (Spring)

M&A ストラクチャ論

KBS チェアシップ基金・石井久寄附講座

特任教授(非常勤) 服部 暢達

授業科目の内容:

本講義の担当は米系大手投資銀行で15年間M&Aアドバイザー業務に携わった経験があり、NKK・川崎製鉄の経営統合、KDD/DDI/IDOの三社合併、ロッシュによる中外製薬の買収、日本リースのリース事業のGEキャピタルへの事業譲渡など多数の大型案件をアドバイザーチームのヘッドとして手掛けてきた。本講義はそれらの経験を活かして、国内外の企業合併・買収(M&A)市場における案件設計と交渉の概要を議論し、実務的なM&Aノウハウの理解・習得を目指す。特に株式買収・合併・株式交換・事業譲渡・公開買付・会社分割・敵対買収防衛策などのテーマを取り上げ、海外との比較から会社法・税法・金融商品取引法・会計原則・証券取引所上場規則など多岐にわたるM&A関連の日本の最新諸制度に対する理解を深め、現行制度に関する問題点も議論する。加えて標準的な企業売却プロセスの理解を通じてM&A実施に当たっての交渉・案件設計ノウハウを議論する。

授業の計画:

- ① M&A市場+株式取得
- ② 合併と事業譲渡
- ③ 日本の会計基準・会社法の変遷
- ④ 株式公開買付制度の概要と問題点
- ⑤ 株式交換制度の概要と問題点
- ⑥ 米国および欧州のM&A法制
- ⑦ M&Aと税金
- ⑧ 会社分割法
- ⑨ タックスフリースピノフとトラッキングストック
- ⑩ 敵対買収防衛策
- ⑪ 標準的な売却プロセス
- ⑫ 特殊な企業価値評価
- ⑬ EPS変動分析
- ⑭ LBO研究
- ⑮ 日本のM&A七不思議
- ⑯ M&Aの成功と失敗
- ⑰ 期末課題グループ発表
- ⑱ 期末筆記試験

成績評価方法:

出席25%、宿題25%、期末課題25%、期末試験25%

テキスト(教科書):

なし(毎回講義資料を配布)

参考書:

日本のM&A(日経BP社、2015)

担当教員から履修者へのコメント:

日本におけるM&A実務のノウハウを体系的に学習できます。財務諸表の基礎を理解していることを前提に講義をすすめます。

質問・相談:

Eメール(nhattori@dd.ij4u.or.jp)あるいは講義前後

ビジネスプロデュース論—成長・政策・CSR— 2単位

(1学期)

BUSINESS PRODUCING-GROWTH/POLICY/CSR-

2 credits (Spring)

特任教授 岩本 隆

授業科目の内容:

既存の様々な産業の成熟化により産業構造の変革が喫緊の課題であり、既存の業界の枠を超えた新たな産業・事業の創造が求められており、企業にとってはビジネスをプロデュースできることが重要となっている。

本コースでは、成長・政策・CSRの観点を含めたビジネスプロデュースのフレームワークを様々な事例とともに学び、新たなビジネスをどうプロデュースするかを実例を用いて議論・検討する。

授業の計画:

- 第1回/第2回: ビジネスプロデュース論の概要
- 第3回: 戦略コミュニケーションズ
- 第4回: ビジネスガバメントリレーションズ
- 第5回: CSR/ソーシャルビジネス
- 第6回: ヒューマンキャピタルマネジメント
- 第7回/第8回: ビジネスプロデュース論の展開(外部講師1)
- 第9回/第10回: 成長企業の人材論(外部講師2)
- 第11回/第12回: 戦略スキルの新事業・政策への適用(外部講師3)
- 第13回/第14回: ビジネスプロデューサーになるためには
- 第15回~第18回: 受講者によるプレゼンテーション

外部講師1: (株)ドリームインキュベータ 執行役員(統括) 三宅孝之

外部講師2: (株)プロコミット 代表取締役社長 清水隆史

外部講師3: (株)キューブアンドカンパニー 常務取締役 加賀裕也

成績評価方法:

出席、授業内での発言、プレゼンテーション

参考書:

『ロビイングのバイブル』岩本隆他著 プレジデント社 2016年
http://presidentstore.jp/books/products/detail.php?product_id=2630

『ビジネスプロデュース論』岩本隆著 Keio Business School 2015年
http://www.kbs.keio.ac.jp/doc/kbsforum2015_3.pdf

『3000億円の事業を生み出す「ビジネスプロデュース戦略」』三宅孝之・島崎崇著 PHP研究所 2015年

『日本にはロビイングが足りない!』東洋経済オンライン 2014~2015年
<http://toyokeizai.net/category/global-lobbying>

『ビジネスプロデューサー列伝』東洋経済オンライン 2014年
<http://toyokeizai.net/category/164>

『成長企業の採用論』岩本隆・清水隆史著 プロコミット 2013~2017年
<https://www.procommit.co.jp/recruiter/support>

担当教員から履修者へのコメント:

企業(主に日本企業)の最先端の経営課題をベースに、次の産業・事業を生み出すための議論を活発に行いたいと思います。

ヘルスケアマネジメント 2単位(1学期)

HEALTH CARE MANAGEMENT 2 credits (Spring)

名誉教授 田中 滋

授業科目の内容:

医療・介護にかかわるヘルスケア分野は、50兆円を超える市場規模の大きさ、600万人近い専門職従事者数と今後の成長、そして次世代産業のシーズを生み出す可能性の高さなど、どれをとっても日本経済のもっとも重要な産業の代表といえます。一般企業にとっても、イノベーションを伴う新たな事業対象として無視できない分野です。

かつての医療・介護事業では提供機関(病院・診療所・老人ホーム等)完結型経営が主流でしたが、今後は地域包括ケアシステムと地域医療構想の下、ネットワークでつながった地域完結型の提供体制構築を行える経営手腕を備える必要があります。こうした目的を果たすため、多彩な現実を反映した資料を用いた討議によってクラスを進める予定です。加えて、この分野は政策・制度面の影響が大きいので、現実の政策過程に加わっている科目担当者の利点を活かした討議を導きます。

なお、現在ヘルスケア分野の第一線で活躍する先輩たちがミニレクチャー講演を行い、クラス討議に積極的に参加し、諸君と交流する点も本科目の魅力の一つです。

授業の計画:

- ①②③④⑤⑥ 医療経営
- ⑦⑧⑨⑩⑪⑫ 介護経営(民間企業経営・社会福祉法人経営の双方を含む)
- ⑬⑭⑮⑯ 地域マネジメント: 地域包括ケアシステム
- ⑰⑱ まとめ

成績評価方法:

クラス討論への貢献と期末レポートを同じウェイトで評価します。

テキスト(教科書):

渋谷明隆著『医療経営入門Ⅱ』日経メディカル(2015)

参考書:

さらに読みたい人のための参考文献

田中滋監修『地域ケアサクセスガイド』メディカ出版(2014)

担当教員から履修者へのコメント:

毎回の設問に答えられるよう予習に力を入れること

秋学期のヘルスケアポリシー科目が密接に関係する隣接分野を扱います

質問・相談:

アポイントメントはメールで tanaka@kbs.keio.ac.jp

ベンチャーキャピタリスト養成 I 2単位(1学期)

VENTURE CAPITALIST TRAINING PROGRAM 1

2 credits (Spring)

講師 村口 和孝

授業科目の内容:

なぜ現代の企業経営はどんどん変化して、不安定に見えるのか。スタートアップ起業経営は、従来の大企業による組織型経営とどう違うのか。起業家は、サラリーマンとどう生き方が違うのか。KBS卒業生がフェイスブックなど新事業で成功するための条件は何か。また成功するために、新分野の事業活動、及び資本組織としての企業の創立と発展の本質を、ビジネススクールの学生はどう理解していればよいか。KBS生自らが卒業後成功するための知識と考え方を身につけ、思索、試行錯誤をするのが本講座の目的である。VCを目指す人はもちろん、起業経営に真剣に取り組む人を前提に授業するものとし、授業を通じて上場企業の社外取締役が務まるような知見を身につけてほしいと考える。

技術革新スピードが早く、グローバルに、資本市場と結びついて劇的に変化する21世紀の現代経済社会の中にあつて、経済フロンティアを切り拓く創業ベンチャー企業を投資支援するベンチャーキャピタル(VC)の重要性が世界的に高まっている。ところが金融機関の関係会社として1970年代にスタートした日本のVC産業は、これまで欧米に比べ創業支援の社会的機能を果たしてきたとは言い難い。投資事業有限責任組合法が施行になったところから、日本でも創業支援に重きを置く「クラシックVC」が登場した。その代表が、私が運営する日本テクノロジーベンチャーパートナー(NTVP、1998年創立)である。投資先にはジャパンケーブルキャスト(放送イノベーション)、ライフロボティクス(協働ロボット)、テックビューロ(暗号通貨ブロックチェーン)、グラフ(データ分析)、電脳交通などがある。成功ケースとして、DeNA(創業:南場智子)、インフォテリア、天然水宅配のプレミアムウォーター、調剤薬局のインファーマシーズ等多数のスタートアップを、創業から経営に関与し、数々の困難を乗り越え東証マザーズ等に上場させて来た。

本講座は、NTVPにおけるDeNAやインフォテリア等のキャズムを超える創業支援体験を踏まえ、起業活動を12ステップに整理し、ベンチャー会社立上げから、創業の試行錯誤の活動、そして商品発売から加工販売、決算作業など、経営の実際を総合的に理解する。またVCファンド設立契約実務、投資候補先の審査や、投資後の長期的関与の考え方と手法を、実体験を通じて学ぶ。おそらく日本で初めての現場経験豊かなベンチャーキャピタリストによる、キャズムを越えようとするベンチャー経営、ファンド設立、及び投資先支援、回収の実践講座である。随時上場ベンチャー起業家や、キャピタリスト、弁護士、会計士などゲスト実務家を、招いて交流してもらう。

なお本講座は、座学のみでなく、講座の時間の中で、慶應大学理工学部・大学院(矢上)において毎年実施される会社創業体験プログラムの授業と連携して、チームに分かれてVCファンドを実際に創設運営し、VC役を担い、理工学部生・大学院生の矢上祭における模擬店など小事業に対し投資して実際に支援し、ファンドとしての成果を、競争して出してもらおう。また一部、理工学部講義に参加して学部生・大学院生を指導する。その過程で、事業計画の評価や投資および会社運営への関与の実践を通じ、会社経営およびVC投資活動を考察し、発表しあう。

また、今年もKBS自由科目である夏季集中(7~8月)の「起業体験講座」の支援活動も授業の一部に取り入れる。さらにベンチャー企業訪問や株主総会出席、チーム活動および対外交流も行う。各々の体験から随時体験レポートを作成してもらい、理論だけでなく、

株式会社運営実務と、創業ベンチャーが事業失敗や困難を克服してキャズムを超えていくダイナミックな事業プロセスを含む、トータルな会社経営成功観を、実感を持って身に付けてもらおう。したがって真に経営実践および投資実践に興味を持つ、活動的で、能動的な時間を持つとする受講者のみを対象とする。受動的受講者には厳しく、また通年で受講することが望ましい。

また、講義が始まるまでに「アントレプレナーの教科書」(翔泳社)内容把握が条件で、その本の要旨を、4月中にレポートとして提出することが、受講の必須条件である。

授業の計画:

第1回日本の独立VC立ち上げ体験談

第2回日本のスタートアップの未来

第3回起業12ステップ(1自立)

第4回起業12ステップ(2チームと試行錯誤)

第5回起業12ステップ(3事業機会と構想)

第6回起業12ステップ(4インタビューと事業計画)

第7回起業12ステップ(5会社設立ガバナンス)

第8回起業12ステップ(6事業立上)

第9回起業12ステップ(7人事組織制度)

第10回起業12ステップ(8販売・改革)

第11回起業12ステップ(9会計10決算・監査)

第12回起業12ステップ(11株主総会12分析)

第13回VCの投資先発掘・選定

第14回VCの投資先関与・ハンズオン

第15回金融商品取引法とVCファンド

第16回VCファンド契約書案作成

第17回VCファンド企画発表①

第18回VCファンド企画発表②

第19回VCファンド設立①

第20回VCファンド設立②

第21回VCからスタートアップへの出資

第22回VCの投資先への関与

成績評価方法:

出席が基本である。それに授業中に出されるレポート提出、活動への取り組みの積極性等をもとに評価する。

テキスト(教科書):

NTVP作成の創業体験ノート、「アントレプレナーの教科書」(スティーブ・G・ブランク著、堤孝志/渡邊哲 訳、翔泳社)、「スタートアップ・マニュアル」(スティーブ・G・ブランク、ボブ・ドーフ/著、飯野 将人/堤 孝志 訳、翔泳社)、「最強の起業戦略」(リチャード・ドーフ/トーマス・バイアース著、設楽 常巳 訳、日経BP社)、「ビジネスモデル・ジェネレーション」(アレックス・オスターワルダール/イヴ・ピニユール著、小山龍介訳、翔泳社)、および、その他、ベンチャー 起業活動、ベンチャー経営に関する著書

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目:ベンチャーキャピタリスト養成II(2学期開講)、起業体験(2学期開講、夏学期間中を予定)

各授業の後で、専門家や起業家を交えた交流会を開く事が多いのが、参加すると、さらに教育効果が深まると思われるが、必須ではない。

マーケティング戦略 2単位(1学期)

MARKETING STRATEGY 2 credits (Spring)

教授 余田 拓郎

授業科目の内容:

本コースは、フィールドワーク科目です。フィールドワーク科目であることを前提として受講してください。フィールドワークのテーマは、マーケティング戦略、事業戦略、およびプライシングや製品戦略などになります。

本コースでは、具体的事例に基づいてマーケティング戦略や事業戦略を策定することをとおして、現在進行する実務に直結した意思決定を行うことにねらいがあります。受講生自身の意思決定能力について、「腕試しする」というスタンスで受講すること期待します。

授業の計画:

本コースは、前半をケースによるマーケティングのフレームワークに関する討論と、とりあげるテーマに関する講演ならびに受講生による事例提案(シーズ紹介)にあて、後半をグループによるフィールドワークならびにコンサルテーション(プレゼン)で構成します。最終の報告会では、供出テーマの経営者もしくは企画担当、あるいはコンサルティングファームのコンサルタントの出席のもと開催し

ます。グループワークは、受講者数によって変わりますが、1グループ3～5人になるようグループ分けする予定です。

成績評価方法:

平常点(中間報告、ケース参加)、最終のプレゼンテーションならびにレポートによって評価する。

テキスト(教科書):

なし

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目: 基礎科目「マーケティング」

マネジメント・コントロール 2単位(1学期)

MANAGEMENT CONTROL SYSTEMS 2 credits (Spring)

商学部教授 横田 絵理

授業科目の内容:

マネジメント・コントロールは、経営目標を組織が達成するために重要な役割を果たしています。

管理会計情報と組織構造を軸としたこの仕組みは、トップマネジメントの意思決定、組織メンバーのモチベーションなど、さまざまな影響活動により経営目標を達成することになります。

授業の中で焦点を当てるトピックスは、予算管理、業績評価会計、事業部制会計、バランススコアカードなどで、ケースは主として日本企業のケースや記事などを使用します。

受講者は、各ケースを通して、経営にたずさわるものにとってのマネジメント・コントロールの意味と影響を考えることを求められます。マネジメント・コントロールとはなにか、マネジメント・コントロールをどのような影響を人々に与えるのか、トップマネジメントとしてどのように活用すればいいのかを授業のなかで常に意識として持っていることが重要です。

授業の計画:

第1回/第2回 インTRODクダクシヨソ , マネジメント・コントロールとは

第3回/第4回 予算管理と脱予算経営

第5回/第6回 部門別採算

第7回/第8回 バランススコアカード

第9回/第10回 事業部制会計

第11回/第12回 わが社のマネジメント・コントロール

第13回/第14回 KPIを共有するためのシステム構築

第15回/第16回 戦略とマネジメント・コントロール・システム

第17回/第18回 創造性とマネジメント・コントロール・システム

成績評価方法:

・授業中の貢献度 40%

・学期末レポート 40%

・授業内報告他 20%

テキスト(教科書):

教科書は特に指定しない

マネジリアル・エコノミクス 2単位(1学期)

MANAGERIAL ECONOMICS 2 credits (Spring)

教授 大林 厚臣

授業科目の内容:

経営戦略や企業組織に関する問題を経済学的に分析します。ここでの「経済学的」の意味は、基本的に、当事者にとっての選択肢のメリットとデメリットを比較して分析することと考えて下さい。教科書の「戦略の経済学」と「組織の経済学」は、どちらも通常は1冊でビジネススクールの1科目をカバーするものです。範囲に重複があるので2科目分まではいきませんが、欲張りな内容をカバーするつもりです。「ビジネス意思決定」は主として方法論に関する教科書です。

あえて範囲を広げているのは、体系的知識を扱う限られた時間の中で、できるだけ多くの視点や理論を紹介しようという意図からです。ケースは何点か使いますが、割合としては講義とQ&Aが多くなります。ただし受講者に内容をすべて暗記してもらうことが目的ではありません。むしろ多くのトピックを紹介する中から、好奇心や探究心を深く刺激するトピックを見つけてもらうことに主眼を置いています。自分に合った「道具」や「考え方の枠組み」をみつけてもらうことです。そのため、個々のトピックが扱う問題意識や、トピック相互の位置づけなども重視して説明します。受講者は、たとえば修士論文に使えるような視点や技法を探すという気持ちでも構い

ません。受講者の論理的思考の「道具箱」が豊かになれば、科目の意図は満たされると考えています。

授業の計画:

第1、2回: 取引と市場

第3、4回: 競争戦略と競争優位

第5、6回: ケース分析

第7、8回: 企業の利益と社会の利益

第9、10回: 契約理論

第11、12回: インセンティブ、利益配分とリスク配分

第13、14回: イノベーション

第15、16回: 企業と取引関係

第17、18回: コーポレート・ガバナンス、リスク管理

成績評価方法:

授業中の貢献と期末レポートを、それぞれ50%のウェイトで評価します。レポートは授業で扱う視点や理論のどれかを選んで、自分の興味があるテーマに応用して書いてもらいます。

テキスト(教科書):

『戦略の経済学』 デイビッド・ベサンコ他著 ダイアモンド社 2002年 ISBN: 4-478-37420-1

『組織の経済学』 ボール・ミルグロム他著 NTT出版 1997年

ISBN: 4-87188-536-4

『ビジネス意思決定』 大林厚臣著 ダイアモンド社 2014年

ISBN: 978-4-478-02955-8

参考書:

授業用のレジュメを配布します。このレジュメは毎回授業に持参してください。レジュメには参考文献も紹介してあります。

流通論 2単位(1学期)

DISTRIBUTION SYSTEM 2 credits (Spring)

准教授 坂下 玄哲

授業科目の内容:

我が国における流通に関する基本的問題について理論的検討を加え、そこにいかなる戦略的対応が可能であるかを考察する。具体的な授業形式(予定)としては、①講義およびケース討論、文献購読などを通じて、流通にかかわる諸問題への代表的アプローチを理解した上で、②具体的なテーマに沿ってグループ単位でプロジェクトを実施し、実践的な理解を深めることを目指す予定である。

授業の計画:

第1回 INTRODUCTION

第2回 商業とは

第3回～第12回 商業における諸概念の整理

第13回～第14回 プロジェクトガイダンス

第15回～第18回 プロジェクトワークおよび報告会

※上記は変更になる可能性があります

成績評価方法:

出席や授業内発言、文献発表やプロジェクト発表などをベースに総合的に評価します。

参考書:

現代商業学 新版 高嶋克義著 有斐閣アルマ 2012年

異文化コミュニケーション(EMBA) 2単位(2学期)

INTERCULTURAL COMMUNICATION IN INTERNATIONAL

BUSINESS (EMBA) 2 credits (Fall)

Intercultural Communication in International Business Environments

文学部教授 コミサロフ, アダム

授業科目の内容:

The goals of this course are to: 1. promote among participants an understanding of intercultural communication between Japanese and non-Japanese people in international business environments in Japan and abroad, 2. explore how cultural differences impact intercultural communication and relationships in business environments, 3. create strategies for promoting positive, effective intercultural communication between Japanese and non-Japanese in business environments, and 4. help participants to improve their presentation and persuasive communication skills in English.

This course gives participants a foundation in the field of intercultural communication and its business applications—i.e., what are common cultural differences found in the workplace, how such differences influence intercultural communication and relationships in business settings, and how these differences can be synergistically utilized to improve one's interpersonal effectiveness and broader business performance. Also, participants will gain practice in developing and delivering presentations in English.

授業の計画:

- Session 1: What is culture?
- Session 2: The role of intercultural communication in 21st century business
- Session 3: Conflict resolution
- Session 4: Nonverbal communication and business
- Session 5: Effective organizational communication
- Session 6: Cultural differences in verbal communication styles
- Session 7: Persuasive expression and assertive communication
- Session 8: Communication and gender
- Session 9: Cultural value dimensions and business (1)
- Session 10: Cultural value dimensions and business (2) and resolving value conflicts
- Session 11: Presentation skill building
- Session 12: Orientation and preparation of final presentations
- Session 13: Globalization and Japanese Business Environments
- Session 14: Review and final student presentations

Other: Course debriefing

成績評価方法:

Grades will be based on (1) participation in class work, (2) completion of assignments outside of class, (3) performances on oral presentations, and (4) attendance.

テキスト(教科書):

Adam Komisarof's *At Home Abroad: The Contemporary Western Experience in Japan* (ISBN 978-4892056161) and Sakamoto, Nancy & Naotsuka, Reiko. (1982). *Polite Fictions*. Kinseido. ISBN: 978-4764703964.

Study materials will draw not only from the textbooks, but also provided separately by the teacher—including newspaper articles, magazines, intercultural communication textbooks, case studies, and films. For example, participants will read work by esteemed business consultants and professors Fons Trompenaars, Charles Hampden-Turner, Nancy Adler, and Geert Hofstede.

参考書:

To be provided by instructor as per student's requests and interests.

担当教員から履修者へのコメント:

All lectures, reading, and class discussions will be done in English, so participants should have achieved a score of at least 700 on the TOEIC test or the equivalent.

質問・相談:

Participants are encouraged to see me if they have any questions or concerns. We can talk on the day of our class, and if we need to discuss the matter further, we can easily set up an appointment. All students who register will be given my email address in class.

起業体験 2単位(秋学期)

ENTREPRENEURSHIP : FORMATION OF NEW VENTURES

2 credits (Fall)

講師 村口 和孝

授業科目の内容:

夏季短期集中起業体験プログラムに向けて「会社経営の傍観者から、主催者へ」

特にサラリーマン経験者が、ビジネススクールにおいて会社経営を学ぶ場合の問題点は、組織の部署のメンバーでしかない事を前提とした、つまり視野狭窄に陥ったままの会社観で物事を分析してしまう点である。

例えば、会社経営において株主総会や取締役会は経営の根幹の組織であるが、数年サラリーマンを経験した優秀な学卒者が関与する機会ほとんどない。また、大会社のサラリーマンは、仮に経理部に配属されていたとしても、自ら会社の会計帳簿を記帳し、貸借対

照表や損益計算書を作成したことはない。すべてシステム化されてしまっている大企業のサラリーマン経験が、必ずしも会社経営を勉強するに十分なビジネス経験とは言えないのである。

このような現状を短期間で克服し、会社経営の全体構造を体験的に早い段階で理解していることは、大変重要なことである。そうでなければ、ビジネススクールでいくら学んでもスティーブジョブズやザッカーバーグにはなれないであろう。

会社経営の全体を理解するとは、例えば次のような問いに対する自らの見解を持つことである。

1. 資本を調達する仕組みである株式会社制度を説明せよ。
2. 事業とは何をどうする事か説明せよ。
3. なすべき事業に何を選ぶべきか、何が儲かるか、意味があるか、選び方を説明せよ。
4. 会社経営に係る司法書士、弁護士、会計士の役割を説明せよ。
5. 事業環境が変化した時、事業計画をどう変更すればよいか説明せよ。
6. 事業活動の価値と、株主が利益を得る仕組みを説明せよ。
7. 取引の記帳から決算書が出来あがる仕組みを説明せよ。
8. 起業家の心得を述べよ。
9. 起業投資家であるベンチャーキャピタリストの役割について説明せよ。

おそらく、以上の起業家にとっては当たり前な質問に大企業サラリーマン経験者は戸惑うであろう。

ただし、膨大な細かい事業経験の知識を覚えることは必要ない。それは結婚する人がするように、事業を担う人としての人生上での覚悟をするようなものである。一番わかりやすい早道の一つは、実際に小さい事業でよいから体験してみることである。

この夏季短期集中起業体験プログラムは、一か月という限られた時間内で、12ステップに整理されたプロセスに基づいて、投資家と交渉して自らの株主となり、会社を興し、模擬店事業を準備実行し、販売活動し、決算書を作成し、株主総会を、傍観者でなく主催者として体験する。この集中的な一通りの体験によって、参加者は、まじめに取り組めば、楽しみながら、必ず株式会社の仕組みについての基本的な知識を包括的に身につけられるようになる。

授業の計画:

- 第1回/イントロダクション
- 第2回/チーム作り、事業構想検討作業①、事業構想発表①
- 第3回/事業計画について講義
- 第4回/事業構想検討作業②
- 第5回/事業構想発表①、修正作業
- 第6回/事業構想発表②、修正作業
- 第7回/事業計画発表会
- 第8回/投資家と出資額交渉、会社設立準備
- 第9回/会社設立登記作業
- 第10回/事業立ち上げ講義
- 第11回/進捗報告会①、出店準備に向けて
- 第12回/進捗報告会②、出店準備に向けて
- 第13回/進捗報告会③と出店準備作業
- 第14回/販売日1日目①販売準備と予備的販売日、試算表作成
- 第15回/販売日2日目②販売日、試算表作成②、店舗撤収
- 第16回/決算監査作業
- 第17回/株主総会開催準備作業
- 第18回/株主総会開催
- 第19回/起業体験発表会準備作業
- 第20回/起業体験発表会
- 第21回/まとめ振り返り

成績評価方法:

出席が基本である。それに授業中に出されるレポート提出、活動への取り組みの積極性等をもとに評価する。

テキスト(教科書):

NTVP作成の創業体験ノート、「アントレプレナーの教科書」(スティーブ・G・ブランク著、堤孝志/渡邊哲 訳、翔泳社)、「スタートアップ・マニュアル」(スティーブ・G・ブランク、ボブ・ドーフ著、飯野 将人/堤 孝志 訳、翔泳社)、「最強の起業戦略」(リチャード・ドーフ/トーマス・バイアース著、設楽 常巳 訳、日経BP社)、「ビジネスモデル・ジェネレーション」(アレックス・オスターワルダール/イヴ・ピニユール著、小山龍介訳、翔泳社)、および、その他、ベンチャー 起業活動、ベンチャー経営に関する著書

質問・相談:

関連する科目:ベンチャーキャピタリスト養成I(1学期開講)、ベンチャーキャピタリスト養成II(2学期開講)

各授業の後で、専門家や起業家を交えた交流会を開く事が多いのが、参加すると、さらに教育効果が深まると思われるが、必須ではない。

グランド・デザイン・プロジェクト I 2単位(2学期)

GRAND DESIGN PROJECT 1 2 credits (Fall)

教授 姉川 知史

授業科目の内容:

本科目は2つの目的をもつ。第1に、学生にプロジェクト教育を行う。第2に、「グランド・デザイン策定の融合型教育」(http://anegawa.kbs.keio.ac.jp/Grand_Design_Project/)の参加者のうち、単位履修学生のための科目である。

2学期「グランド・デザイン・プロジェクトI」と、3学期「グランド・デザイン・プロジェクトII」の2科目によって構成される。いずれかの1科目のみでも履修可能である。学生は単独あるいは複数で課題を設定し、それをプロジェクトとして取り組み、報告書を作成する。以下の内容によって構成する。

1. 研究方法論講義 問題発見, 問題設定, 研究手法, 論文の書き方, 発表方法等
2. プロジェクト・プログラム・マネジメント教育(Project & Program Management Seminar)
3. フォーラム講義 専門家によるフォーラム講義
4. プロジェクト研究の実施

2017年度にグランド・デザイン・プロジェクトIIIが新設された。

授業の計画:

<本システムは学年途中の修正ができないため、最新版は次を参照してください。>

- a. KBS在校生ページに掲載するコースアウトラインを参照ください。
- b. また、KBSならびに他研究科の学生は講師のHPを参照ください。

<http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>

1-2 Introduction

3-4 研究方法論 講義, 問題発見, 問題設定, 研究手法

5-6 論文の書き方, 発表方法等

7-9 Forum 討議1

10-12 Forum 討議2

13-15 Forum 討議3

16-18 Project t実施

19-20 プロジェクト報告

成績評価方法:

評価基準: 授業参加, プロジェクト・レポート

テキスト(教科書):

なし

参考書:

資料集をコースパックとして配布

担当教員から履修者へのコメント:

グランド・デザイン・プロジェクト1, 2は「グランド・デザイン策定の融合型教育」プログラムに参加する学生で、単位履修する学生のために提供する。本体プログラムについては、HPを参照のこと。http://anegawa.kbs.keio.ac.jp/Grand_Design_Project/index2.html

本科目ならびにグランド・デザイン策定の融合型教育は文章による説明だけではわかりにくい。このため、プログラム・オリエンテーションに参加してほしい(日程と場所はHP参照 <http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>)。

本科目の母体となるプログラム「グランド・デザイン策定の融合型教育」は2010-2011年度に「慶應義塾創立150年記念未来先導基金プログラム」として開始された。「グローバル・ビジネス・フォーラム」による日本のグランド・デザイン策定を行う融合型実践教育」を継続するものである。

このプログラムでは、日本と世界が直面する重要課題を選択して、その解決策、提言を行うためのグランド・デザイン策定を目的とし、専門領域横断的、世代縦断的融合教育を、プロジェクト教育、フォーラム教育の2つによって実施す

ここで本科目の一環として、7月週末に3日間集中セミナー Project& Program Management Seminar for the Grand Designを実施する(2016年7月29-31日を予定)。本科目の履修予定者はこのセミナーに事前参加することが望ましい。詳細は個別に相談。

質問・相談:

授業後、あるいはe-mail 予約

経営科学と意思決定 2単位(2学期)

MANAGEMENT SCIENCE AND DECISION MAKING

2 credits (Fall)

Modelling Interdependent Management Decisions (in English)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

准教授 渡邊 直樹

授業科目の内容:

This course is designed to be an introduction to non-cooperative and cooperative game theory and its applications in management science. Game Theory is a branch of applied mathematics which analyzes the situations where the payoff of each decision maker (player) depends not only on his or her strategies or standard of behavior but also on those of others. The aim of this course is to provide participants with some opportunity to practice modelling such situations in management decisions.

授業の計画:

sessions 1-6: topics in cost allocation problems, two-sided matching, auctions

sessions 7-8: workshop on modeling management decisions (1)

sessions 9-14: concepts in social choice, mechanism design, contract theory

sessions 15-16: workshop on modeling management decisions (2)

sessions 17-18: wrap-up

成績評価方法:

problem sets 50%; presentations in workshop 50%

テキスト(教科書):

no textbook

参考書:

Lecture notes and a reading list are provided in class.

担当教員から履修者へのコメント:

Basic knowledge on Differentiation (partial differentiation) and Probability (expected value of random variables) is desirable but not necessarily required. Every participant is asked to give his or her presentation in workshop. Class discussion will be made for the presentation.

質問・相談:

by appointment

経営史 2単位(2学期)

BUSINESS HISTORY 2 credits (Fall)

日本経営史

講師 平井 岳哉

授業科目の内容:

日本経営史として、江戸時代から現代までの日本企業の発展要因を学ぶものです。過去において、創業と成長、成功と失敗など激動期を経験した企業の事例を毎回題材にして、企業行動の内容とその背景にある論理などについて考察するとともに、マネジメント層が選択した経営行動の是非について議論をしたいと思います。

高校時の日本史のような企業名、人名、年号を暗記する授業ではありません。歴史を学ぶことによって、現代の企業経営を鳥瞰する能力を習得してほしいと思います。

授業内容は、時代順に従います。内容としては、「財閥」「企業の成長と失敗」「戦前と戦後」「企業集団に毒している企業と属していない企業」「家族企業と経営者企業」というように、全コースを通じて複数の小テーマを設定しています。

授業の計画:

18回の講義タイトルは以下の通りである。

括弧内は、題材としての企業または経営トピックである。

1江戸商家の経営 (越後屋)

2近代産業の勃興 (大阪紡績)

- 3財閥の成立①(三井財閥)
- 4財閥の成立②(三菱財閥)
- 5財閥の成立③(住友と古河)
- 6戦前期の企業の成長①(日本窒素肥料と昭和電工)
- 7戦前期の企業の成長②(阪急とサントリー)
- 8戦前期の企業の成長③(鈴木商店と三井物産)
- 9戦後の経営システム①(横の企業集団)
- 10戦後の経営システム②(メインバンク制度)
- 11戦後の成長企業①(川崎製鉄)
- 12戦後の成長企業②(松下電器)
- 13戦後の成長企業③(トヨタ自動車)
- 14戦後の成長企業④(ダイエーとイトヨーカ堂)
- 15戦後の成長企業⑤(キリンビールとアサヒビール)
- 16戦後の成長企業⑥(任天堂とソニー)
- 17家族企業と経営者企業①(ブリヂストン)
- 18家族企業と経営者企業②(ミキモト)

成績評価方法:

- ・授業での貢献50%
- ・期末レポート50%

テキスト(教科書):

宮本又郎・阿部武司ほか『日本経営史 新版』有斐閣 2007年

参考書:

山崎広明代表編集『日本経営史の基礎知識』有斐閣 2004年

湯沢威代表編集『外国経営史の基礎知識』有斐閣 2005年

担当教員から履修者へのコメント:

事前にすべての論文もしくはケースを配布します。事前に勉強の上、参加願います。

質問・相談:

授業終了後に直接おたずね下さい。

経営法学 I 2単位(2学期)

MANAGEMENT LAW 1 2 credits (Fall)

法務研究科(法科大学院)教授 奥邨 弘司

授業科目の内容:

企業経営にまつわる法制度の基本的な事項を学ぶことを通じて、企業経営に携わる者として必須の、経営上の法的課題や法的リスクを見抜き、必要な対処につなげる、リーガル・マインドの涵養を目的とする。

この授業の目的は、法律の専門家を養成することではないから、受講生諸君が、細かな法的知識を身につけることを目指さない。もちろん、個々人が抱える法的な疑問について解決する機会でもない。そもそもビジネス・ローの分野は、法改正も頻繁で、裁判例も多く、常にアップ・ツー・デートしなければ知識は陳腐化してしまう。よって、法律の専門家以外は、細かな知識よりも、法制度の基本原則や法的な考え方を身につけることが肝要である。

企業経営上、法令遵守が重要なのは、法制度や社会が企業に厳しくなっているからであるのは事実だが、そのように外在的にのみ捉えるのは、間違いである。グローバル化が進み、スピード経営が求められる、人材の流動化も進んだ今日、法令遵守は企業経営のよりどころであるという内在的な視点が不可欠である。そういった点についても授業を通じて考えてもらいたい。

配付資料を基に、企業経営に関する重要な法律問題について、検討していく。授業の前半では、各回で取り上げるテーマに関する基本的な法制度・法的知識を講義形式で解説する。後半は、教科書の事例や時事問題を元にして、どのような法的リスクがあり、いかに対処すべきか、法律の専門家ではない企業人の視点で、自分がその立場ならどうするという問題意識を持って考えることとしたい。

授業の計画:

- 第1・2回 企業内法務総論
- 第3・4回 取引法務
- 第5・6回 知財法務
- 第7・8回 情報管理
- 第9・10回 公正取引
- 第11・12回 製造物責任
- 第13・14回 米国訴訟
- 第15・16回 ガバナンス法務
- 第17・18回 企業経営と法

成績評価方法:

授業参加30%

レポート課題 70%

テキスト(教科書):

資料を配付する

担当教員から履修者へのコメント:

繰り返しますが、知識ではなくて、リーガル・マインドの涵養がポイントです。たとえ話で恐縮ですが、普通、重い病気になったときは、医者にかかります。自分で治そうという人はまずいないでしょう。法的問題も同じで、重大な問題は、専門家の力を借りないと対処できません。ただ、そこでポイントは、医者にかかるべきか(専門家に相談すべきか)どうかの判断です。この判断は、患者(経営者)自身がしなければなりません。これは、放っておくと危ないな、いつとも違うな、そういった判断ができる力が必要であることに、気づいてもらいたいと思います。

経済理論 II 2単位(2学期)

ECONOMIC THEORY 2 2 credits (Fall)

講師 平賀 一希

授業科目の内容:

本講義はマクロ経済に関連する統計(国民経済計算、国際収支統計、労働統計)を学ぶとともに、マクロ経済モデルを時間軸(短期、中期、長期)で区切って講義を行う。統計の読み方とマクロ経済モデルの考え方を応用して、マクロ経済安定化政策と財政再建問題について講義を行う。

本講義で学ぶマクロ経済統計の読み方やマクロ経済モデルを用いて、経済政策の効果について理解し、説明できるようにすることを第1の目標とする。その上で、現実の経済問題について、「何が問題であるのか?」、「どうしたらその問題を解決できるのか?」という問いに対する自分なりの答えを述べられるようになることを第2の目標とする。

授業の計画:

基本的には、以下のような授業計画に従って進めていく予定である。

- 第1回 マクロ経済学とは何か?
- 第2回 国民経済計算
- 第3回 物価とインフレ率
- 第4回 短期と長期
- 第5回 大恐慌とケインズ経済学
- 第6回 45度線モデル(1) 財市場の基本構造
- 第7回 45度線モデル(2) 有効需要の原理と乗数効果
- 第8回 金融市場(1) 流動性選好と貨幣需要
- 第9回 金融市場(2) 利率の決定と金融政策の役割
- 第10回 IS-LMモデル(1) 財市場と貨幣市場の同時均衡
- 第11回 IS-LMモデル(2) IS-LMモデルにおける財政・金融政策の効果
- 第12回 AD-ASモデル(1) 労働市場と総供給曲線
- 第13回 AD-ASモデル(2) AD-ASモデルにおける財政・金融政策の効果
- 第14回 開放経済モデル
- 第15回 長期モデル
- 第16回 安定化政策
- 第17回 財政の長期的課題
- 第18回 期末試験

成績評価方法:

レポートおよび最後の授業における期末試験の点数で評価します。

テキスト(教科書):

齊藤誠・岩本康志・太田聡一・柴田章久『New Liberal Arts Selection マクロ経済学 新版』有斐閣、2016年

質問・相談:

随時受け付けます。

行動ファイナンス 2単位(2学期)

BEHAVIORAL FINANCE 2 credits (Fall)

教授 高橋 大志

准教授 小幡 績

准教授 齋藤 卓爾

授業科目の内容:

行動ファイナンスおよび関連するテーマについて、現実のトピックも織り交ぜながら、優しいレベルではあるがアカデミックな講義を実施する予定である。その中で、ディスカッションを交えながら、

学生からのアイデア、見方とともに、金融市場について考察を深める。また、アカデミックな論文についてもいくつか触れながら講義を進める。

授業の計画:

- 1,2 イントロ
- 3,4 経済実験
- 5,6 効率的市場
- 7,8 Prospect Theory
- 9,10 Heuristics and Biases
- 11,12 Noise
- 13,14 Bounded Rationality
- 15,16 Bubbles
- 17,18 総括

成績評価方法:

レポート、クラス議論での貢献

テキスト(教科書):

Inefficient Markets, Andrei Shleifer

参考書:

NA

国際経済と新興ビジネス 2単位(2学期)

INTERNATIONAL ECONOMY AND EMERGING MARKETS

2 credits (Fall)

講師 ロイ, アシヨック

授業科目の内容:

GOAL: Factors to consider when building a business in an Developing Country.

FINAL PROJECT : 4 to 5 students in a group take an established or new company from a developed country and build the business in an emerging country. Presentation to the whole class by the group.

As part of background we will examine:

- Rapid changes to come to Japan over next five to ten years.
- Emerging Market. What is it? Opportunities & Threats
- Competition. Market Entry and Adapting Products to new markets
- Impact Of Social Media
- Impact Of Trade and Geopolitical Events
- Internet Of Things and Artificial Intelligence, how will the world adapt to it?
- Cross-cultural negotiation
- Financial Analysis

授業の計画:

1. CHEAP YEN - WHAT DOES IT MEAN??

- Samurai export machine, adapting to new environment
- Macroeconomic implications on business & people

2. JAPAN - RAPIDLY TRANSFORMING

- Drivers Of change
- Potential consequences: Opportunities & Pitfalls

3. EMERGING MARKET DEMAND - SOURCE & SIZE

- Demographic trends in various key markets
- Resources and assets Of different countries

4. HYDROCARBON TO ALTERNATIVE ENERGY

- Examine Price Of Oil / Solar Panels / Electric Batteries
- Examine impact on Japan. China, India and the US

5. ENTERING A NEW MARKET

- Map products and services to demand
- Focus on "high probability Of success" businesses

6. IMPACT OF SOCIAL MEDIA & INTERNET OF THINGS

- From AI to Devices – end Of the era Of App?
- Information-aware to Always connected consumer
- Managing consumer perception
- On the path of evolution, examine US. China, India and Saudi Arabia

7. GUEST LECTURER

CEO Of one or two companies. May do it as part Of a bigger event

8. GEO-POLITICS

- Trump Factor, Trade policies. Immigration. War on ISIS, Russia
- China: The Xi Country and its consumers
- Policy changes: can create opportunities and challenges

9. WHERE ARE OPPORTUNITIES FOR JAPAN

- New Technologies
- Tourism
- Impact of Olympics

10. VALUING ECONOMIC PERFORMANCE OF A BUSINESS

- Valuation Methods
- Understanding Financial Model

11. NEGOTIATIONS - WITH FOREIGNERS

- Reading people and culture
- Emotional competence and closing deals

12. ACQUISITIONS - ANOTHER WAY TO ENTER MARKET

- What to look for and what are typical mistakes made
- Examples of successes and failures

13. Group Project Presentation (1,2,3)

14. Group Project Presentation (4,5,6)

15. Group Project Presentation (7,8,9)

成績評価方法:

Class participation, in-class quiz and Group-Project and presentation at the end. NO final examination

テキスト(教科書):

Lot of articles, will provide before each session

担当教員から履修者へのコメント:

Class participation and Debate is VERY important.

Proficiency in English is not a requirement.

社会保障論 2単位(2学期)

SOCIAL SECURITY 2 credits (Fall)

准教授 後藤 励

授業科目の内容:

まず、病気や障害、高齢や失業といったリスクに対処するための保険の理論、民間保険の欠点と社会保障の必要性について、まず経済理論から見た検討を行う。続いて、年金、医療、介護などの具体的な社会保障の仕組みについて解説を行い、現状と将来の問題点について議論を行う。本科目は、前半15回を講義形式で行う。社会保障に関する政策や政策プログラムについて持続可能な制度設計のために何が必要か受講者全員で討議を行う。

授業の計画:

1. イントロダクション
2. 保険の理論 (最適保険)
3. 保険の理論 (最適保険が成り立たない場合)
4. 保険の理論 (情報の非対称性)
5. 社会保障制度の分類と概要
6. 社会保障の財政への影響
7. 公的年金と生活保護
8. 賦課方式と積立方式

- 9. 社会保障と世代間分配
 - 10. 日本の年金制度の現状と問題点
 - 11. 医療保険制度
 - 12. 医療サービスの供給
 - 13. 介護保険制度と介護サービスの供給
 - 14. 家族に対する社会保障
 - 15. 分配と社会厚生
 - 16. 社会保障制度に関する討議
 - 17. 社会保障制度に関する討議
 - 18. 社会保障制度に介護制度の持続可能性に関する討議
- 成績評価方法:**
クラスへの貢献と期末レポート。
- テキスト(教科書):**
開講後に指示する。
- 参考書:**
開講後に指示する。

人的資源戦略 2単位(2学期)
STRATEGIC HUMAN RESOURCE MANAGEMENT
2 credits (Fall)

専任講師 大藪 毅

授業科目の内容:
この20年ばかり日本企業の雇用・人事の変化はめまぐるしい。この10年でもワークライフバランスやグローバル人材、ダイバーシティー、そして現在の安倍内閣による「働き方改革」などが相次ぎ、企業の人事担当者だけでなく一般社員もついていくのが大変な印象をうける。
ヒト・モノ・カネ、いわゆる組織の3資源である。本講はその第一、「ヒト」すなわち人的資源のマネジメント(=HRM)に関する科目である。だがヒトの能力や適性は他の資源より可視性が低い。にもかかわらず、それを組織としてどのように活用すればよいのか、根本的にマネジメントがむずかしい分野でもある。ゆえにその時々状況やその場の雰囲気、メンバーの主観的、時には利己行動などに影響され、いわゆるゴミ箱モデルの選択に陥りやすい部分でもある。現実には自社の評価や能力開発、処遇などの制度をどう設計するのか。またそれはどのような思想と理論、そして自分達の状況認識にもとづくのか。組織で人材をうまくマネジメントし生産性を上げるには、勘や流行の手法に安易に頼るのではなく、経営者とマネージャーは自身で有効なロジックを組み立て、周りを納得させる必要がある。実際、士気および労働生産性が高い組織・職場を調べると、しっかりした人材思想とマネジメントのロジックが存在していることがわかる。
また雇用環境の変化が速い昨今、個人も企業HRMの考え方を踏まえてキャリアを考える必要がある。よいキャリアとは行く先々で頑張って貢献し、評価・感謝されることの蓄積の結果である。この意味で、HRM知識は人事スタッフだけでなくマネージャー・経営者も必須であり、また自分のキャリアを考えたい個人にも参考になると考える。
なおこの科目はグループプレゼンとクラスディスカッションによって行う。前提として受講生は事前に教科書の該当部分を予習して出席すること。

授業の計画:
第1・2回 日本の企業人事管理の概要
第3・4回 採用、正規・非正規雇用
第5・6回 評価、賃金、異動
第7・8回 育成、WLB、メンタルヘルス
第9・10回 退職、高齢者雇用、労使関係、グローバル化
第11・12回 仕事のスキマ、責任、柔軟な組織
第13・14回 協力、報酬
第15・16回 選抜、能力のマネジメント

成績評価方法:
成績は出席・貢献(授業・プレゼン)・最終レポートによる。※ただし受講人数および状況によって変更がありうる。

テキスト(教科書):
人事と法の対話 守島基博・大内伸哉 ミネルヴァ書房
長期雇用制組織の研究 大藪毅 中央経済社

ソーシャルアントレプレナー 2単位(2学期)
INTRODUCTION TO SOCIAL ENTREPRENEURSHIP
2 credits (Fall)

Language of instructions: English
国際単位交換プログラム設置科目
特任准教授 シャンカー, サヴィータ

授業科目の内容:
<Course Objective>
The course aims at providing an understanding of the concept of social Entrepreneurship by examining the process of setting up a social enterprise, recognizing social opportunities, developing a social enterprise plan, discussing organizational structures commonly adopted by social enterprises, funding options available to them, challenges of measuring social impact and scaling social ventures.

<Course Contents>
The first part of the course will focus on the process of creation of a social enterprise concept of social while the latter half will focus on challenges faced by social enterprises after they are set up such as measurement of social impact and scaling up.

授業の計画:
Please enter the number of lesson plans corresponding with the number of class sessions as indicated below:

- 1 (Class) Introduction to Social Entrepreneurship
- 2 (Group Work) Case
- 3 (Class) The Social Entrepreneurship Process
- 4 (Group Work) Case
- 5 (Class) Recognizing Social Opportunities
- 6 (Group Work) Case
- 7 (Class) Developing a social enterprise plan
- 8 (Group Work) Case
- 9 (Class) Common Organizational structures of Social Enterprises
- 10 (Group Work) Case
- 11 (Class) Funding social ventures
- 12 (Group Work) Case
- 13 (Class) Measuring social impact-1
- 14 (Group Work) Group Presentations
- 15 (Class) Measuring Social Impact-2
- 16 (Group Work) Group Presentations
- 17 (Class) Scaling a social enterprise
- 18 (Group Work) Case

成績評価方法:
Class Participation 30% Group Presentation 30% Term Paper 40%

テキスト(教科書):
Understanding Social Entrepreneurship: The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World by Jill Kickul and Thomas S.Lyons.

組織と人間行動 2単位(2学期)
ORGANIZATION AND HUMAN BEHAVIOR 2 credits (Fall)

組織と人間行動

准教授 林 洋一郎

授業科目の内容:
本講義は、組織における個人や集団の「行動」について論じます。組織における個人や集団の行動を解明するために、社会心理学や産業・組織心理学の理論が適用されてきました。これらのトピックは主に組織行動(organizational Behavior)という科目において取り上げられてきました。本講義は、組織内の個人や集団の行動に関連する心理学的な理論を中心に学んでいきます。本講義で取り上げるトピックは、例えば、採用、アセスメント、ワーク・モチベーション、意思決定、組織の公正さなどです。受講生の人数にもよりますが、講義は、日本語や英語の文献・論文を輪読しながら進めていく予定です。取り上げる文献は、受講生の関心や興味を反映させたものを選択したいと思います。輪読で取り上げる文献は講義中に決定したいと思います。

授業の計画:
第1回 イントロダクション
第2回 講義の学問的位置づけ
第3回 個人の特性: 認知能力、KSAO's

- 第4回 個人の特性：パーソナリティ
- 第5回 心理測定の基礎：信頼性
- 第6回 心理測定の基礎：妥当性
- 第7回 日本語書籍の輪読①
- 第8回 日本語文献の輪読②
- 第9回 日本語文献の輪読③
- 第10回 日本語文献の輪読④
- 第11回 英語論文の輪読①
- 第12回 英語論文の輪読②
- 第13回 英語論文の輪読③
- 第14回 英語論文の輪読④
- 第15回 ケース講義①
- 第16回 ケース講義②
- 第17回 授業内講演
- 第18回 総括と振り返り

成績評価方法：

出席+授業貢献点：30%、アサインメント：20%、期末レポート：50%

テキスト(教科書)：

伊波和恵・高石光一・竹内倫和編著 「マネジメントの心理学：産業・組織心理学を働く人の視点で学ぶ」 2014年 ミネルヴァ書房

参考書：

Robbins, S., P., & Judge, T. A. (2016). Organizational Behavior 17th Global Edition, Pearson Education Limited.

Levy, P. E. (2012). Industrial/Organizational Psychology: Understanding the Workplace 4th Edition, Worth Pub.

担当教員から履修者へのコメント：

受講生の皆さんが培ってきた実践的な知見とアカデミックな理論が統合した議論ができればよいと思います。

質問・相談：

講義終了後やe-mailでアポイントメントをとってください。

組織とダイバーシティのマネジメント 2単位(秋学期)

MANAGING DIVERSITY IN ORGANIZATIONS 2 credits (Fall)

准教授 山尾 佐智子

授業科目の内容：

経済のグローバル化によりヒト、モノ、カネが国境を越えて比較的自由に移動する時代となった。日本にベースのある企業にとっても、海外取引の重要性が増し、外国人採用や日本社員の海外派遣を通じたヒトのグローバル化とグローバル人材開発の是非が議論されている。一方、少子高齢化に伴う労働人口減少のため、女性活用を中心とした人材の多様化(ダイバーシティ)にも注目が集まっている。国内外の多様な人材を活用することは、ビジネスの活性化、組織変革、イノベーション等のプラス効果がある一方、多様な人材をまとめながらのチーム運営や組織経営は容易ではないと言われる。本コースではダイバーシティとは何かから始まり、ダイバーシティの組織への可能性と課題を、ケース・ディスカッションや履修者の体験談を通して検証しつつ、21世紀の組織とリーダーシップの在り方を模索する。

授業の計画：

※1日2コマ(1コマ1.5時間)の9週で18回が基本です

各授業は間に10分間の休憩をはさみ、毎週3時間(90分×2セッション)で構成される。論文あるいは関連記事2, 3本(ケースを含む)が各回に配される。授業に参加する前にこれらを読んでおくこと、さらに、ケース・ディスカッション用の設問に対し自身の回答を準備しておくことが求められる。2017年の講義言語は日本語の予定であるが、テキストには英語文献を多く用いる。

コースで網羅するトピックは以下の予定であるが、変更もありうる。必読文献、ケースとあわせて、コース開始前に最終版を通知する。

- 第1回(セッション1, 2)：ダイバーシティとは
- 第2回(セッション3, 4)：ダイバーシティに関する誤解のさまざま
- 第3回(セッション5, 6)：ダイバーシティと人間関係のこじれ
- 第4回(セッション7, 8)：ダイバーシティと異文化理解
- 第5回(セッション9, 10)：ダイバーシティとインクルージョン

- 第6回(セッション11, 12)：ダイバーシティの価値を最大化するには
- 第7回(セッション13, 14)：多様な人材構成のグループと組織を作るには
- 第8回(セッション15, 16)：多様な人材構成のグループと組織を維持するには
- 第9回(セッション17, 18)：多様な人材を率いるリーダーのあるべき姿とは

成績評価方法：

授業参加および貢献、個人アサインメント。

テキスト(教科書)：

Managing Diversity (HBS Press, 14781-PDF-ENG)

その他、必須文献は適宜紹介する。

参考書：

特になし

担当教員から履修者へのコメント：

ダイバーシティの背景には、学術調査に裏付けられた数々の理論が介在しているが、確たる処方箋は存在しない。ダイバーシティに関するイシュー全般の理解とクラス討議を通じて、参加者ひとりひとりがイシューへの対処法を模索することにつなげたい。

質問・相談：

Eメールかアポイントメントによる面談。

多国籍組織と人のマネジメント 2単位(2学期)

MANAGING PEOPLE IN MULTINATIONAL ORGANIZATIONS

2 credits (Fall)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

准教授 山尾 佐智子

授業科目の内容：

さらなる経済のグローバル化により、多国籍組織のマネジャーは人のマネジメントにおいて、常にチャンスと課題の両方に向き合わなければならない。国際ネットワークをまとめたりコーディネートするための人の交流の促進や、国境を越えた企業アライアンス、統合、買収による海外スタッフのマネジメントには困難も伴う。本コースでは、社会経済的、制度的、文化的に多様な環境で経営活動を行う組織に焦点を当て、国境を越えて行われる人のマネジメントについてトピックを網羅する。選抜、採用、教育訓練、能力開発、給与、人事考課などのプラクティスが、国際的な環境でどう機能するのか。その際、理論的な側面と実践的な側面の双方を考慮し、文献から得られる知識とケースから得られる知見から、人のマネジメントの重要性について考える。なお、本コースの使用言語は英語である。

授業の計画：

※1日2コマ(1コマ1.5時間)の9週で18回が基本です

Each class lasts for three hours (two 90-minute sessions) per week with a 10-minute break in the middle. Two to three readings, including a case, will be allocated to each class. Participants are expected to read these materials prior to each class and prepare answers to several discussion questions.

Tentative course topics are listed below. Please be advised that they are subject to change. The final list of topics, readings, and discussion questions will be released prior to the commencement of the course.

- Day 1 (Sessions 1 & 2): The context of IHRM (1): Challenges and strategies
- Day 2 (Sessions 3 & 4): The context of IHRM (2): External forces
- Day 3 (Sessions 5 & 6): Understanding and managing diverse workforce
- Day 4 (Sessions 7 & 8): Global staffing and management of global mobility
- Day 5 (Sessions 9 & 10): People issues in alliances and joint ventures
- Day 6 (Sessions 11 & 12): People issues in mergers and acquisitions
- Day 7 (Sessions 13 & 14): Responsible leadership in a global and cross-cultural context
- Day 8 (Sessions 15 & 16): Group project
- Day 9 (Sessions 17 & 18): Group presentations

成績評価方法:

Class participation and contribution, individual assignment, and group project

テキスト(教科書):

Tentative textbook is the following. Please be advised that it is subject to change.

Reiche, B. S., Stahl, G. K., Mendenhall, M. E., & Oddou, G. R. (2017). Readings and Cases in International Human Resource Management. Sixth edition. New York and London: Routledge.

参考書:

Students fluent in the Japanese language may find the following book useful as a reference.

関口倫紀・竹内規彦・井口知榮 (2016)『国際人的資源管理』中央経済社。

担当教員から履修者へのコメント:

To enhance mutual and collaborative learning in the classroom, participants are welcomed to share their own experience of working with people from different backgrounds and/or being on international assignments.

質問・相談:

By email or by appointment.

日本におけるマネジメント・コントロール 2単位(2学期)

MANAGEMENT CONTROL IN JAPAN 2 credits (Fall)

Language of instructions: English
国際単位交換プログラム設置科目

特別招聘准教授 ガルシア, クレマンズ

授業科目の内容:

■ Course Description

Measuring performance is not the only aspect of management control: incentive systems, group organization, risk control, restructuring etc are also important issues for Japanese companies. This course proposes an overview of current topics in management control based on concrete cases.

■ Course Objectives

After taking this course, students should reach a better understanding of business practices in Japan, in particular:

- How cost accounting is used for the purpose of production planning and in-process management control in the JIT system;
- The relationship between cost-planning and performance;
- How Japanese companies use incentive systems in order to promote innovation or increase productivity;
- Group reorganizations and control strategies in large manufacturing companies.

授業の計画:

1. Introduction to management control
2. Japanese management and management control
3. Strategic management control (1): Calbee
4. Strategic management control (2): Kirin
5. Planning and control (1): target costing
6. Planning and control (2): TPS
7. Incentive systems: Benesse
8. Innovation and control: Kyocera
9. Organization and control: Matsushita
10. M&As in Japan(overview)
11. Risk and performance: Takeda pharma
12. Investment decisions
13. case studies (TBA)
14. case studies (TBA)
15. M&As in Japan (cases)
16. case studies (TBA)
17. case studies (TBA)
18. Conclusion

成績評価方法:

Course Grading Criteria/ Maximum points

A. Class Participation /300

B. Presentation /300

C. Term paper /400

Total maximum points /1000

テキスト(教科書):

No textbook required

参考書:

Anthony, Robert N. and Govindarajan, Vijay (2007) Management Control Systems, 12th ed, Mc Graw-Hill

Ohno, Taiichi (1988) Toyota production System, beyond large scale production, CRC press

Yuzawa, Takeshi (1994) Japanese Business Success, Routledge

Monden, Yasuhiro (2007) Japanese Management Accounting Today, World Scientific.

質問・相談:

Welcome during and after classes

日本における生産管理 2単位(2学期)

PRODUCTION MANAGEMENT IN JAPAN 2 credits (Fall)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

専任講師(有期) 市来 寄 治

講師 天川 一彦

授業科目の内容:

The purpose of this course is to understand the key point of the advantage of Japanese industrial company through lectures about the management method of manufacturer and the practical work in actual factories. Based on case studies of several actual Japanese companies, students will learn deployment methods of the company's policy, how to build full participation activities connecting the company's policy with daily field operations, which is one of the advantages of Japanese companies, and the important role of the core middle management. This management approach can be applied to not only the manufacturing industry but also the other industries.

In this course, students will be divided into several groups comprised of about 5 people. This course will be divided into 4 phases and each phase will consist of lectures, a factory field trip, group works and presentation. In phase 1, each group will establish a fictitious manufacturing company and decide their company's management policy. In phase 2, each group will consider the system of indicators to achieve their policy. In phase 3, each group will design an action plan connecting their policy with actual on-site operations, and students will learn how to promote Kaizen (improvement) activities by the middle management. In phase 4, each group will consider how to manage a large enterprise, and finally will give a final presentation about their company's activities.

Through the group work and presentation of each phase, students will learn Japanese style production management.

授業の計画:

Phase 1

Session 1: Introduction

Session 2: Practice of Administration, Establishment of a Company

Phase 2

Session 3: Building the Indicator System / Score Data,
Management Policy and Action Plan

Session 4, 5: Factory Field Trip 1

Session 6: Group Discussion and Presentation

Phase 3

Session 7: Building KAIZEN Activity,

Development of Human Resources,

Development of the Activity of Full Participation

Session 8, 9: Factory Field Trip 2

Session 10: Group Discussion and Presentation

Phase 4

Session 11, 12: Factory Field Trip 3

Session 13: Management of a Large Enterprise, Group Discussion

Session 14: Final Presentation / Course Summary

成績評価方法:

- Class participation (individual): 40%

- Discussion and presentation (group): 40%

- Final presentation (group): 20%

テキスト(教科書):

Materials will be delivered in each class.

参考書:

None.

担当教員から履修者へのコメント:

None.

ビジネスモデルとグローバルマーケティング 2単位(2学期)

BUSINESS MODEL AND GLOBAL MARKETING

2 credits (Fall)

グローバル成長の論理と実践

特別招聘教授 平井 孝志

授業科目の内容:

本科目では、昨今グローバル展開を大きく求められる企業の経営課題と、それに対してどのような戦略的対応が可能かについて、ビジネスモデルとグローバルマーケティングの観点から学ぶことを目的とします。

まず幾つかの企業事例を取り上げながら、ビジネスモデルについての理解を促進するとともに、それがどのようにグローバル展開において役立つか、あるいは逆に制約要因となり得るかといった点について議論をおこないます。その後、次のような点に力点を置きつつ講義を進めていく予定です。

第一に、グローバルマーケティングの基礎理論について俯瞰します。グローバルレベルでのバリューチェーン最適化(標準化と適応化)の考え方を軸に、4Pそれぞれの観点から、事例を交えつつ、グローバルマーケティングにおける重要な論点について理解を深めます。第二に、複数のケース・事例を用い、実務において役に立つ示唆の抽出を試みます。主に、グローバル先進企業を取り上げながら、その成功・失敗事例に基づき、顧客ニーズへの対応、マーケティング実務の高度化・効率化、ブランド管理の仕組構築におけるKSFに迫ります。そして最後に、日本企業を主語とした場合の課題、例えばガラパゴス化、ビジネスアーキテクチャー変化への対応、グローバル経営管理のあり方なども題材とし、それに対する打ち手についても考察をおこないます。

これらを通じて、グローバル展開における事業運営の要諦の理解を達成したいと考えています。またクラスの中では、担当教員が就業経験を有する企業であるデル、スターバックスなども題材としつつ、生々しい外資系企業の実務、ビジネスモデルの実際を共有します。そして、これまで経営コンサルタントとして関わってきた企業のグローバル課題事例なども取り上げ、現実的な経営課題にできるだけ数多く触れる予定です。

授業の計画:

- 第1回 ビジネスモデルの論理 - 「デル・オンライン」グループ討議
- 第2回 ビジネスモデルの論理 - クラス討議
- 第3回 グローバルマーケティング基礎 (1)
- 第4回 グローバルマーケティング基礎 (2)
- 第5回 グローバルマーケティング管理 (1)
- 第6回 グローバルマーケティング管理 (2)
- 第7回 グローバル競争戦略 - 「セイコーウォッチ株式会社」グループ討議
- 第8回 グローバル競争戦略 - クラス討議
- 第9回 新興国参入戦略 (1)
- 第10回 新興国参入戦略 (2)
- 第11回 グローバルブランド構築 (1)
- 第12回 グローバルブランド構築 (2)
- 第13回 グローバル成長戦略と組織 - 「シーメンスAG」
- 第14回 グローバル成長戦略と組織 - 「ABBアセア・ブラウンボベリリミテッド」
- 第15回 日本企業のグローバル展開課題 (1)
- 第16回 日本企業のグローバル展開課題 (2)
- 第17回 サービス業におけるグローバル化 - 「スターバックス コーヒー ジャパン (株)」グループ討議

- 第18回 サービス業におけるグローバル化 - クラス討議

成績評価方法:

授業への出席、ならびにディスカッションへの貢献度 50%
期末レポート 50%

テキスト(教科書):

特になし。ただし、ビジネスモデルの事例やグローバルマーケティングの論理について学びたい人は「参考書」に記載の書籍を参考にしてください。

参考書:

堀出一郎・山田晃久(2003)『グローバルマーケティング戦略』中央経済社

丸谷雄一郎(2006)『グローバル・マーケティング 第4版』創成社

諸上茂登(2012)『国際マーケティング論の系譜と新展開』同文館出版

山田英夫(2012)『なぜ、あの会社は儲かるのか? ビジネスモデル編』日本経済新聞出版社

担当教員から履修者へのコメント:

講義、演習、ケース・ディスカッションのバランスを取りつつ講義を進めます。特段マーケティングについての深い知識は必要ありませんが、クラスへの積極的な貢献が学習効果を最大化することになります。

質問・相談:

e-mail等を通じて随時対応します。

ヘルスケアポリシー 2単位(2学期)

HEALTH CARE POLICY 2 credits (Fall)

名誉教授 田中 滋

授業科目の内容:

本科目は、ヘルスケア分野(主に医療・介護)における政策と制度の体系、およびそれらの機能を学ぶための科目です。経済的先進国の医療・介護のシステムは、①サービス提供体制と利用方法、言い方を変えるならサービス需給の“準市場”、②住民にサービス利用を保障する社会保障制度・社会福祉制度、③サービス提供者が必要とした費用を補填する報酬や予算制度、の3項目から成り立っています。いずれも一国の社会・経済の安定を支える基盤としてもっとも重要な社会資本と位置づけられます。

わが国のヘルスケア分野は、50兆円を超える市場規模の大きさ、600万人近い専門職従事者数と今後の成長、そして次世代産業のシーズを生み出す可能性の高さなど、どれをとっても日本経済のもっとも重要な産業の代表といえます。一般企業にとっても、イノベーションを伴う新たな事業対象として無視できない分野です。

人口の高齢化とともに、医療や高齢者ケアに対するニーズは増加の一途をたどる以上、医療や介護事業にたずさわる経営者、さらには生損保分野や薬業界に属するビジネスリーダーのみならず、一般の企業人も政策と制度にかかわる幅広い識見をもつことが必要となるでしょう。加えて、この分野で育ってきたハードの技術、制度資本を含むソフトの双方とも、国際的な展開が期待されています。授業では資料を基にした質疑と、この分野における政策に深くかかわってきた科目担当者がリードする討論によって、上記を深く理解させるように進めていきます。

授業の計画:

- ①② 社会保障制度の成り立ち
- ③④ 医療保険制度と介護保険制度
- ⑤⑥ 医療従事者と医療費
- ⑦⑧ 介護人材と認知症
- ⑨⑩ 医療提供体制
- ⑪⑫ 高齢者ケアの将来
- ⑬⑭ 社会保障制度の課題
- ⑮⑯⑰ 海外のヘルスケアシステム

成績評価方法:

クラス討論への貢献と期末レポートを同じウエイトで評価します。

テキスト(教科書):

厚生労働白書2012年版と2016年版:厚生労働省HPよりダウンロード可能。

後日変更があれば7月ごろ公開される上記3.のコースアウトライにて指示します。

その他に当方より資料を配布します。さらに必要な場合はダウンロード先を指定するので自分でアクセスしてください。

参考書:

さらに読みたい人のための参考文献

島崎謙治『日本の医療—制度と政策』東京大学出版会2011

西村周三監修, 国立社会保障・人口問題研究所編『日本社会の生活不安—自助・共助・公助の新たななかたち』慶應義塾大学出版会2012

担当教員から履修者へのコメント:

毎回の設問に答えられるよう予習に力を入れること。
1学期のヘルスマネジメント科目が密接に関係する隣接分野を扱います。

質問・相談:

アポイントメントはメールで tanaka@kbs.keio.ac.jp

ベンチャーキャピタリスト養成Ⅱ 2単位(2学期)

VENTURE CAPITALIST TRAINING PROGRAM 2

2 credits (Fall)

講師 村口 和孝

授業科目の内容:

なぜ現代の企業経営はどんどん変化して、不安定に見えるのか。スタートアップ起業経営は、従来の大企業による組織型経営とどう違うのか。起業家は、サラリーマンとどう生き方が違うのか。KBS卒業生がフェイスブックなど新事業で成功するための条件は何か。また成功するために、新分野の事業活動、及び資本組織としての企業の創立と発展の本質を、ビジネススクールの学生はどう理解していればよいか。KBS生自らが卒業後成功するための知識と考え方を身につけ、思索、試行錯誤をするのが本講座の目的である。VCを目指す人はもちろん、起業経営に真剣に取り組む人を前提に授業するものとし、授業を通じて上場企業の社外取締役が務まるような知見を身につけてほしいと考える。

技術革新スピードが早く、グローバルに、資本市場と結びついて劇的に変化する21世紀の現代経済社会の中にあつて、経済フロンティアを切り拓く創業ベンチャー企業を投資支援するベンチャーキャピタル(VC)の重要性が世界的に高まっている。ところが金融機関の関係会社として1970年代にスタートした日本のVC産業は、これまで欧米に比べ創業支援の社会的機能を果たしてきたとは言い難い。投資事業有限責任組合法が施行になったところから、日本でも創業支援に重きを置く「クラシックVC」が登場した。その代表が、私が運営する日本テクノロジーベンチャーパートナー(NTVP、1998年創立)である。投資先にはジャパンケーブルキャスト(放送イノベーション)、ライフロボティクス(協働ロボット)、テックビューロ(暗号通貨ブロックチェーン)、グラフ(データ分析)、電脳交通などがある。成功ケースとして、DeNA(創業:南場智子)、インフォテリア、天然水宅配のプレミアムウォーター、調剤薬局のインファーマシーズ等多数のスタートアップを、創業から経営に関与し、数々の困難を乗り越え東証マザーズ等に上場させて来た。

本講座は、NTVPにおけるDeNAやインフォテリア等のキャズムを超える創業支援体験を踏まえ、起業活動を12ステップに整理し、ベンチャー会社立上げから、創業の試行錯誤の活動、そして商品発売から加工販売、決算作業など、経営の実際を総合的に理解する。またVCファンド設立契約実務、投資候補先の審査や、投資後の長期的関与の考え方と手法を、実体験を通じて学ぶ。おそらく日本で初めての現場経験豊かなベンチャーキャピタリストによる、キャズムを越えようとするベンチャー経営、ファンド設立、及び投資先支援、回収の実践講座である。随時上場ベンチャー起業家や、キャピタリスト、弁護士、会計士などゲスト実務家を、招いて交流してもらう。

なお本講座は、座学のみでなく、講座の時間の中で、慶應大学理工学部・大学院(矢上)において毎年実施される会社創業体験プログラムの授業と連携して、チームに分かれてVCファンドを実際に創設運営し、VC役を担い、理工学部生・大学院生の矢上祭における模擬店など小事業に対し投資して実際に支援し、ファンドとしての成果を、競争して出してもらう。また一部、理工学部講義に参加して学部生・大学院生を指導する。その過程で、事業計画の評価や投資および小会社運営への関与の実践を通じ、会社経営およびVC投資活動を考察し、発表しあう。ベンチャー企業訪問や株主総会出席、チーム活動および対外交流も行う。各々の体験から随時体験レポートを作成してもらい、理論だけでなく、株式会社運営実務と、創業ベンチャーが事業失敗や困難を克服してキャズムを超えていくダイナミックな事業プロセスを含む、トータルな会社経営成功観を、実感を持って身に付けてもらう。したがって真に経営実践および投資実践に興味を持つ、活動的で、能動的な時間を持つと受講者のみを対象とする。受動的受講者には厳しく、また通年で受講することが望ましい。

また、講義が始まるまでに「アントレプレナーの教科書」(翔泳社)内容把握が条件で、その本の要旨を、9月中にレポートとして提出することが、受講の必須条件である。

授業の計画:

慶應大学理工学部・大学院(矢上)との連携部分があるため、変更があり得るが、以下の当初計画となっている。

- 第1回/投資先会社の進捗状況報告会への参加
- 第2回/進捗報告会を踏まえ、VCファンドの投資先支援活動とは
- 第3回/出店販売日に向けて投資先企業と打ち合わせ
- 第4回/出店販売日に向けてのVCファンドの活動とは
- 第5回/投資先会社販売日①投資先支援活動実践
- 第6回/投資先会社販売日②投資先支援活動実践
- 第7回/決算手続から株主総会までの手続きについて
- 第8回/投資先支援活動の報告と反省会
- 第9回/投資先会社の決算書作成及び監査作業の支援
- 第10回/監査の意義について
- 第11回/投資先企業の株主総会への出席①
- 第12回/株主総会とは、ファンド決算にむけて
- 第13回/投資先企業の株主総会への出席②
- 第14回/VCファンド決算資料作成
- 第15回/投資先企業の創業体験発表会への参加①
- 第16回/VCファンド出資者総会開催
- 第17回/投資先企業の創業体験発表会への参加②
- 第18回/VCファンド体験発表会準備作業
- 第19回/ビジネスプラン立案演習その1
- 第20回/VCファンド体験発表会
- 第21回/ビジネスプラン立案演習その2
- 第22回/ベンチャーキャピタリストとは

成績評価方法:

出席が基本である。それに授業中に出されるレポート提出、活動への取り組みの積極性等をもとに評価する。

テキスト(教科書):

NTVP作成の創業体験ノート、「アントレプレナーの教科書」(スティーブン・G・ブランク著、堤孝志/渡邊哲 訳、翔泳社)、「スタートアップ・マニュアル」(スティーブン・G・ブランク、ボブ・ドーフ/著、飯野 将人/堤 孝志 訳、翔泳社)、「最強の起業戦略」(リチャード・ドーフ/トーマス・バイアース著、設楽 常巳 訳、日経BP社)、「ビジネスモデル・ジェネレーション」(アレックス・オスターワルダー/イヴ・ピニユール著、小山龍介訳、翔泳社)、および、その他、ベンチャー 起業活動、ベンチャー経営に関する著書

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目:ベンチャーキャピタリスト養成Ⅰ(1学期開講)、起業体験(2学期開講、夏学期間を予定)

各授業の後で、専門家や起業家を交えた交流会を開く事が多いのが、参加すると、さらに教育効果が深まると思われるが、必須ではない。

マクロ組織論 2単位(2学期)

MACRO ORGANIZATION MANAGEMENT 2 credits (Fall)

教授 清水 勝彦

授業科目の内容:

組織の問題に1つの正解はない。本コースは、大きく変わる経営環境の下、組織のあり方、そして組織がその目的である成長と業績を実現するための課題と課題を克服するためのアプローチについて考察する。文献講読(英書文献を含む)をベースにした討論に加え、適宜ケース討論も行ないたい。積極的な議論への参加が不可欠である。

授業の計画:

下記は概要で変更される予定である。

1. Overview
2. Case (Sears)
3. Inertia
4. guest speaker
5. Case (Yamanoue Insurance)
6. Case (Nissan)
7. Case (TBA)
8. guest speaker
9. Wrap up

成績評価方法:

ディスカッション、課題など

テキスト(教科書):

1. ジャック・ウェルチ 『ウィニング』(日本経済新聞社)
 2. 沼上幹 『組織戦略の考え方』(ちくま新書)
 3. 清水勝彦 『組織を脅かすあやしい常識』(講談社)
- 参考書:
6. ダフト 『組織の経営学』(ダイヤモンド社)
 7. 柴田昌治 『なぜ会社は変わらないのか』(日経ビジネス人文庫)
 8. 清水勝彦 『失敗から学んだつむりの経営』(講談社)

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目: 不確実性と組織のマネジメント

リスクマネジメントと危機管理 2単位(2学期)

RISK MANAGEMENT AND CRISIS MANAGEMENT

2 credits (Fall)

講師 指田 朝久

授業科目の内容:

※科目のねらい・目標

リスクマネジメントと危機管理に関する標準規格に則った基本的考え方を身につける

※授業で扱う領域

企業は商品やサービスを社会に提供し適切な対価を得て継続的に発展することを目的としている。しかし熊本地震や東日本大震災などの自然災害や情報漏えい、異物混入、地政学リスクなどをはじめとする、企業の目的の達成を阻害する様々の事象が発生し、場合によっては企業の存続が不可能となる。このような事象を組織として未然に防ぐリスクマネジメントと、万が一発生した場合でもその影響を最小限に留める危機管理について学ぶ。リスクマネジメントに関する標準規格の考え方を学ぶとともに、モデル企業を例に企業のリスクマネジメントシステムを毎回の授業で行う演習により構築していく。また、企業の事件や事故の対応事例をケースメソッドや意思決定ゲーム等を用いて分析していく。

授業の計画:

- 1 (講義) 授業の概要、リスクの定義
- 2 (講義) 規格、法律、企業を取り巻く環境
- 3 (講義) 規格の概要、モデル企業の概要
- 4 (講義/グループワーク) 方針、組織の状況分析
- 5 (講義/グループワーク) リスクの発見、分析、リスクの概要
- 6 (グループワーク) 企業の事件事故分析 1
- 7 (講義/グループワーク) リスク算定、リスクマップ
- 8 (講義/グループワーク) 被害想定、リスク評価、企業の事件事故分析 2
- 9 (講義/グループワーク) リスク対策
- 10 (講義) リスクコスト、資本の役割、保険
- 11 (講義/グループワーク) 評価、是正点検
- 12 (講義) レビュー、監査、経営者の役割
- 13 (講義/グループワーク) 危機管理の基礎、ICS
- 14 (グループワーク) 意思決定ゲーム
- 15 (講義) 教育、訓練、リスクコミュニケーション
- 16 (グループワーク) 災害対応訓練
- 17 (講義/グループワーク) 危機広報
- 18 (講義) BCP、まとめ

成績評価方法:

期末レポート 60%、授業へ参加寄与度 40% (出席および宿題の提出を含む)

テキスト(教科書):

リスクマネジメントがよ〜くわかる本第2版 東京海上日動リスクコンサルティング株式会社著

秀和システム 2200円+消費税

ISBN978-4-7980-3288-7

参考書:

ケースブックあなたの組織を守る危機管理

危機管理研究会編著

ぎょうせい 5000円 (消費税込み)

ISBN978-4-324-09258-3

担当教員から履修者へのコメント:

日々の企業や組織の事件や事故の報道に関心を持って考える習慣を身につけて下さい。

ロジスティクス論 2単位(2学期)

BUSINESS LOGISTICS 2 credits (Fall)

Business logistics (Japanese-style marketing and distribution)

KBS チェアシップ基金・伊勢丹寄附講座

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

特任教授(非常勤) プラート, カロラス

授業科目の内容:

Since the advent of Japan as one of the world's top economic powers during the latter part of the twentieth century, academic and journalistic interest has focused on uncovering and explaining the characteristics of Japanese corporate business and marketing methods. Especially during the 1980s and 90s, many academics sought to unravel the secrets behind the success of Japanese marketers in foreign markets and tried to explain the peculiarities of the Japanese market to foreign marketers. In spite of the relative decline of the Japanese economy over the past two decades Japan remains one of the world's largest and most sophisticated consumer markets and remains a very important but difficult market for many foreign marketers.

In this course we will take an in-depth look at relevant characteristics of marketing, distribution, advertising, and consumer behavior in Japan. Our primary focus will be on the characteristics of Japanese consumers, how these characteristics have evolved over time, and how consumer behavior affects the various aspects of corporate marketing strategies and tactics of both Japanese and foreign companies operating in the Japanese market. We will also explore the impact of economic up- and downturns on the behavior of Japanese consumers and what implications this has for marketers.

This course will show, among other things, that the characteristics of Japanese marketing and consumer behavior continue to evolve, and that Japanese consumers constitute a moving target for domestic and foreign-affiliated companies alike.

The course is organized around student presentations and class discussion of key readings from the relevant academic and trade literature. In addition, we will read and discuss a number of cases that will illustrate how both foreign and Japanese companies cope with the peculiarities of the Japanese marketing environment. Students will work in groups to present the readings and cases. In each session, a different group will present the readings for that session. The group in charge of presenting will prepare presentation handouts for all participants. The instructor will moderate class discussions, conduct mini lectures, answer questions and provide additional explanations to put the readings and cases into a larger perspective.

At the end of the course, participants will individually submit a report in which they critically discuss and synthesize the readings. Readings, presentations, class discussions, and the final report will be in English.

授業の計画:

Session 1: Introduction and formation of groups

Session 2: Cross-cultural analysis in International Business and Marketing

Session 3: Characteristics of Japanese Culture and Marketing

Session 4: Characteristics of Japanese Marketing: New Product Planning

Session 5: Characteristics of Japanese Marketing: Branding

Session 6: Characteristics of Japanese Marketing: Branding

Session 7: Characteristics of Japanese Marketing: Marketing Research

Session 8: Characteristics of Japanese Consumers

Session 9: Characteristics of Japanese Consumers

Session 10: Characteristics of Japanese Consumers: Luxury Goods Consumption

Session 11: Characteristics of Japanese Consumers: Social Networking Services

Session 12: Social Media Marketing in Japan: International Marketers

Session 13: Characteristics of Japanese Distribution: Wholesaling and the role of the General Trading Companies

Session 14: Characteristics of Japanese Distribution: International retailers

Session 15: Characteristics of Japanese Distribution: Medium-sized retailers

Session 16: Characteristics of Japanese Distribution: Convenience stores

Session 17: Characteristics of Japanese Advertising

Session 18: Characteristics of Japanese Advertising Agencies

成績評価方法:

Class participation (individual): 15%

Presentations (group): 35%

Final report (individual): 50%

Please note that any of the following will automatically result in a D (Failure) grade for the class:

- 1) Failure to attend at least 2/3 of all sessions (i.e., 12 out of 18 sessions);
- 2) Failure to actively participate in and do one's equal share of group preparations and presentations of class readings;
- 3) Failure to submit a final report.

テキスト(教科書):

No textbook will be used. Instead, readings will be distributed to participants before the start of the course.

参考書:

- 1) Fields, George (1985) From Bonsai to Levis: When West Meets East: An Insider's Surprising Account of How the Japanese Live
- 2) Fields, George; Katahira, Hotaka; Wind, Jerry; Gunther, Robert E. (1999)

Leveraging Japan: Marketing to the New Asia

- 3) Haghiriian, Parissa; Toussaint, Aaron (2011) Japanese Consumer Dynamics
- 4) Mooney, Sean (2000) 5,110 Days in Tokyo and Everything's Hunky-Dory-The Marketer's Guide to Advertising in Japan
- 5) Herbig, Paul (1995) Marketing Japanese Style
- 6) Johansson, Johnny K; Nonaka, Ikujiro (2000) Relentless: The Japanese Way of Marketing

- 7) Kotabe, Masaaki; Czinkota, Michael R. (1999) Japanese Distribution Strategy: Changes and Innovations.

担当教員から履修者へのコメント:

1) To avoid misunderstandings and problems, students should always consult with the instructor either in person or by email if they have any questions regarding class evaluation or any aspects of class operations. In case a student feels he or she requires clarification regarding any aspects of class evaluation or class operations, it is the student's responsibility to contact the instructor. If the instructor fails to notice an email inquiry and/or does not respond within 48 hours, the student should inquire with the instructor in person on the next occasion they meet, or send a reminder email to the instructor.

2) For this class, we will be using a shared folder on Dropbox for uploading class-related information, such as class orientation notes, lecture notes, instructions for the final report, additional class readings, lecture notes, and slides of group presentations. Students need to send an email to the instructor to receive a link or invitation to the Dropbox shared folder.

The instructor can be contacted through the following email address: praetcar@res.otaru-uc.ac.jp

アジアにおける社会的イノベーション 2単位(3学期)

SOCIAL INNOVATION IN ASIA 2 credits (Winter)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

特任准教授 シャンカー, サヴィータ

授業科目の内容:

<Course Objective>

The course aims at providing an understanding of the development challenges in Asia and discussing some of the innovative business solutions that have been attempted in recent times to address them. The development challenges relating to hunger, health care, education, risk management, access to credit, access to savings avenues, employment and infrastructure will be discussed. The special challenges of innovation in the Government sector will also be discussed. After a discussion on the challenge, a case study of an innovative attempt to address the challenge will be discussed. The innovations discussed include those by Government programs as well as those by NGO programs and social enterprises.

<Course Contents>

Development challenges relating to hunger, health care, education, risk management, access to credit, access to savings avenues, employment and

infrastructure and case discussions on recent innovations to address them. In addition, the challenges of innovation in the Government sector will be discussed.

授業の計画:

Please enter the number of lesson plans corresponding with the number of class sessions as indicated below:

- 1 (Class) Introduction Challenge of hunger
- 2 (Group Work) Case
- 3 (Class) Challenge of Health care
- 4 (Group Work) Case
- 5 (Class) Challenge of Education
- 6 (Group Work) Case
- 7 (Class) Challenge of Risk Management
- 8 (Group Work) Case
- 9 (Class) Challenge of Credit Provision
- 10 (Group Work) Case
- 11 (Class) Challenge of providing savings avenues
- 12 (Group Work) Case
- 13 (Class) Challenge of providing employment
- 14 (Group Work) Case
- 15 (Class) Social Innovation in the Government
- 16 (Group Work) Case
- 17 (Class) Challenge of providing infrastructure
- 18 (Group Work) Case

成績評価方法:

Class Participation 30%

Group Presentations 30%

Case Analysis 40%

テキスト(教科書):

Poor Economics by Abhijit Banerjee and Esther Duflo

医療経済学 2単位(3学期)

HEALTH ECONOMICS 2 credits (Winter)

教授 姉川 知史

授業科目の内容:

医療は、国民の生死、健康にかかわる重要な課題である。医療市場は先進各国でGDPの10%を超える規模であり、巨大かつ多くの関係者がかかわる複雑なシステムである。ところが、医療には多様な利害の対立、マネジメントの課題が多く、所定の目的(健康の増進)を、効率的、効果的に行うためには、大きな制度設計が迫られている。他方、人口高齢化、人口減少を控える日本を代表とする先進国では、いかに医療費を抑制しつつ、健康を増進するかという課題に直面する。

このような医療の分析、評価、解決においては経済学が重要な役割をはたし、医療経済学(health economics)とよばれる専門教育が世界各国で急拡大している。

この科目では、この医療経済学を基礎にして、医療に関する経済学分析を概観し、医療の政策とマネジメントに応用する方法を検討する。

科目を2つの柱で構成する。第1は下記の題材を中心に、講義を行う。第2はプロジェクト研究を行う。そこでは医療における特定の具体的題材を取り上げ、学生チーム単位に調査研究し、外部専門家の講演と助言を組み合わせて、具体的提言を行う。プロジェクト課題は、地域医療、病院管理、医療技術、高齢者医療等の多様な領域から選択する。

授業の計画:

<本システムは、学年開始前に確定され、その後に修正ができないため、最新の内容は、以下の方法で参照してください。>

a. KBS在校生は、在校生向けページに掲載するコースアウトラインを参照ください。

b. KBS在校生ならびに他研究科の学生その他は担当講師のHPを参照ください。http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html

1. 序 医療システムの概要:日本の社会保障制度概説, 資金循環
2. 医療の経済的特徴, 情報の非対称性, 医療需要, 医療供給者誘発需要
3. 医療サービスの経済的評価の方法と実証: CBA, Conjoint, Hedonic Pricing, WTP, QALY

4. 医療と技術: Health Technology Assessment 医療のITC
5. 情報と医療: 情報の不確実性, Principal agent, Moral hazard, Asymmetry
6. 医療保険: 公的保険と私的保険
7. 医療の価格と需要: 診療報酬の役割
8. 人的資源: 医師, 看護師, 技師, その他の人的教育と労働市場とマネジメント
9. 物的資源: 設備投資と資金調達とマネジメント
10. 社会的共通資本と医療の公共性
11. 医療と意思決定
12. 規制の経済学とマネジメント
13. 人口, 高齢化, 地域経済学 Smart City
14. マクロ経済学と医療-GDP, 医療費, 社会保障費
15. 医療費の経済分析-計量経済学
16. 医療の関連産業: 医療機器, 福祉機器, 国際福祉機器展見学
17. 医療の関連産業: 医薬品
18. 国際比較1 先進国
19. 国際比較2 開発途上国
20. 幸福の計量経済学

以下の内容を適時導入する。

地域医療
危機のマネジメント
因果関係と疫学
その他

成績評価方法:

授業参加40%

宿題・レポート60%(グループ・プロジェクトも可, 要相談)

テキスト(教科書):

Pindyck and Rubinfeld Microeconomics 8/e, 2012 Pearson

あるいはその翻訳『ピンダイク&ルービンフェルド ミクロ経済学 I,II』中経出版, 2014

ポール G.ホーエル(著), 浅井 晃(翻訳), 村上 正康(翻訳)『初等統計学』培風館; 第4版, 1981.

参考書:

多数, 主要文献のコースパック配布予定

それを含めて, 講師のHP該当箇所参照 <http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>

あるいはKeio JP「授業支援」参照

担当教員から履修者へのコメント:

関連する前提科目: 経済理論I, 経済理論 I I, 統計学入門

質問・相談:

授業後の30分あるいは講師 e-mail予約

企業倫理 2単位(3学期)

BUSINESS ETHICS 2 credits (Winter)

現代企業を取り巻く倫理的課題事項

商学部准教授 梅津 光弘

授業科目の内容:

目的:

この授業では、企業倫理学の概説を行いながら、組織経営における倫理的課題事項、倫理的組織作りの戦略、制度、手法、展開方法などを学ぶ。また個人が仕事や人生に対する哲学的、倫理的な考え方を深め、それと企業理念や価値観、ビジョンなどを確認する場にしていきたい。

この分野は哲学的な方法論から実務直結の話題まで多岐に渡るが、不祥事などを起こさないコンプライアンス的側面、善悪の判断についてジレンマや課題がある領域、さらにはCSR論との関係で積極的な社会貢献やCRM,SRM,BOPなどの様々な手法の分野をカバーすることが可能である。

授業は基本的に講義とケース・メソッドを併用して進めていく。最初の時間に参加者の問題意識と要望を聞きながら、私の扱える範囲内での調整を行いながら進めていきたい。哲学や倫理学を履修したことのない諸君も、このコースでは簡潔に規範倫理学の諸説を学べるので、予備知識は必要としない。

教育方法:

「ハーバードのケースで学ぶ企業倫理」リン・シャープ・ペイン著(慶應義塾大学出版会)を使用して、誠実な組織を構築する方法、戦

略と倫理との関係、企業倫理の制度化とその管理・運営、を中心に講義を進めていく。ただし参加者の要望があれば教科書以外のショートケースを使用する場合がある。最初の時間にその点の確認を行いたい。

授業の計画:

KBS在校生ページに掲載するコースアウトラインも参照してください。

第1回

序論 企業倫理学の全体像、方法論の特徴、理論と実務との関係などを論じる

第2回

規範倫理学の理論 1 帰結主義

第3回

規範倫理学の理論 2 倫理的利己主義

第4回

ケース1: インスピーチ社の問題

第5回

規範倫理学の理論 3 功利主義

第6回

ケース2 シアーズ自動車センター

第7回

規範倫理学の理論 4 義務論

第8回

ケース3 マーティン・マリエッタ社

第9回

規範倫理学の理論 5 社会契約説: 権利論

第10回

ケース4 AES社

第11回

規範倫理学の理論 6 社会契約説: 正義論

第12回

ケース5 ロータス マーレットプレイス家庭篇

第13回

規範倫理学の理論 7 徳論

第14回

ケース6 ダウコーニング社

その他

必要に応じて補講を行うことがある。

成績評価方法:

・試験

(理論紹介が終わった時点で行う。形式は後日指示) 30%

・期末レポート

(具体的なケースとその分析, 政策提言, A4×10) 50%

・クラス参加度 20%

テキスト(教科書):

「ハーバードのケースで学ぶ企業倫理」リン・S. ペイン著(慶大出版会, 1999)

「ビジネスの倫理学」梅津光弘著(丸善 2002)

参考書:

「企業倫理と経営社会政策過程」E. エプスタイン著(東京: 文真堂, 1996)

「企業倫理」D. ステュアート著 企業倫理研究G訳(東京: 白桃書房 2001)

「企業倫理学2」T. ビーチャム, N. ボウイ著 梅津光弘監訳(京都: 晃洋書房, 2001)

Thomas Donaldson, Pat Werhane. Ethical Issues in Business. Prentice Hall, 1994.

Tom Beauchamp, Norman Bowie. Ethical Theory and Business. Prentice Hall, 1993.

このほか参考資料は教室でその都度紹介する。

担当教員から履修者へのコメント:

期末レポートについては、初回の授業で詳しく説明しますので、必ず出席してください。

質問・相談:

特にオフィス・アワーなどは設けませんが、質問や相談があれば授業の前後に気軽にお声がけください。

競争戦略論 2単位(3学期)

COMPETITIVE STRATEGY 2 credits (Winter)

教授 小林 喜一郎

授業科目の内容:

※科目のねらい・目標: ケースメソッドのみでは不足しがちな企業及び事業戦略に関する「理論」を学ぶ。これによってMBAとしてふさわしい理論ベースを習得すると同時に、理論を現実へ適応(一般化)するための応用力を養う。

※授業で扱う領域: Strategic Managementに関わる理論全般。戦略の基礎理論のみならず、特にイノベーション・マネジメントに関する理論も網羅する。

※また理論と実践の架け橋を担っている実務者(ベンチャーキャピタリスト、経営コンサルタント)の講演も予定している。

※履修者に対する担当教員からの要望: 主に理論を学ぶ授業ではあるが、現実への適応も含めインタラクティブな授業を目指しているため、積極的な意見開示やプレゼンテーションに参加していただきたい。

授業の計画:

経営戦略論(1) 戦略計画&ポジショニングアプローチ

- ①加護野「戦略の歴史に学ぶその定義と本質」(DHBR)
- ②マイケル・ポーター「戦略の本質」(DHBR)
- ③ヘンリー・ミンツバーグ「秩序ある計画から工芸的に練り上げる戦略へ」(DHB)

*ケースディスカッション(S→C→Pアプローチをケース分析で実施)

経営戦略論(2) インクリメンタルアプローチ

- ①マイケル・ポーター「クラスターと競争」(資料)
- ②マイケル・ポーター「共通価値の戦略」(DHBR)
- ③パトリック・パーワイズ「戦略的投資の意思決定とエマージェント戦略の重要性」(資料)

経営戦略論(3) イノベーション・マネジメント

- ①教科書: ゴビンダラジャン&トリンブル著「リバース・イノベーション」(ダイヤモンド社)
- ②教科書: ジェフリー・ムーア著「ライフサイクルイノベーション」(翔泳社)

経営戦略論(4) ビジネスモデル・イノベーション (PP資料)

経営戦略論(5) 戦略のセオリー&プラクティス (PP資料) BCG講師

経営戦略論(6) ベンチャービジネスと起業家 (PP資料)

経営戦略論(7) 経営資源論アプローチ (RBV)

- ①教科書: チャン・キム&モボルニュ著「ブルーオーシャン戦略」(ダイヤモンド社)

②Cannella & Hambrick著論文「Effects of Executive Departure on the Performance of Acquired Firms」(SMJ)

- ③ポーター&ヘブルマン論文「IoT時代の競争戦略」(DHBR)

(8) グループ・プロジェクト発表2-1: グループに分かれ選んだ企業の戦略分析と提言

(9) グループ・プロジェクト発表2-2: グループに分かれ選んだ企業の戦略分析と提言

まとめと質疑応答

成績評価方法:

- ①発表とクラス貢献度、②期末レポート、③グループ発表成果、④出席

テキスト(教科書):

- ①ビジャイ・ゴビンダラジャン&クリス・トリンブル著「リバース・イノベーション」(ダイヤモンド)、②チャン・キム&モボルニュ著「ブルーオーシャン戦略」(ランダムハウス講談社)、③ジェフリー・ムーア著「ライフサイクルイノベーション」(翔泳社)、他関連論文。

参考書:

*興味のある方への関連図書として、バーゲルマン、ウィールライト、クリステンセン「技術と戦略のイノベーションマネジメント」(翔泳社)…担当教員ケースも収録

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目: 総合経営(基礎科目)・戦略コンサルティング講座(小林・岡田)・経営戦略におけるアントルプレナーシップ(須賀: IP)

金融機関経営 2単位(3学期)

MANAGEMENT OF FINANCIAL INSTITUTIONS

2 credits (Winter)

企業金融論

准教授 齋藤 卓爾

授業科目の内容:

本コースでは、企業経営者・財務担当者、あるいは財務アドバイザーに不可欠な企業財務(コーポレート・ファイナンス)に関する理論と実践的な知識を身につけることを目指します。(科目名は「金融機関経営」ですが、内容はコーポレート・ファイナンス、企業財務であることに留意して下さい。)具体的には新規株式公開、パイアウト、敵対的買収、垂直統合、パイアウトなどについて講義とケースを通して検討していきます。基礎科目である「財務管理」で齋藤が担当した部分の応用編と考えて下さい。本クラスでは「財務管理」とは異なり、海外の事例も取り扱います。M&Aなどを通して多くの日本企業が国際化を進めると同時に外国人投資家が日本企業の株主として大きな影響力を持ち始めた現在において、海外の事例を学ぶ意義は極めて大きいと考えられます。

授業の計画:

- 第1,2回 ロッシュによるジェネンテック買収
- 第3,4回 ネットスケープとグーグルの上場
- 第5,6回 シーゲートのパイアウト
- 第7,8回 ゲストによる講演
- 第9,10回 ディズニーによるピクサー買収
- 第11,12回 セブンイレブンとわらべや日洋
- 第13,14回 インテル1992年
- 第15,16回 ボーダフォンによるマンネスマン買収
- 第17,18回 ゲストによる講演

成績評価方法:

主に授業への貢献、ケース分析

テキスト(教科書):

なし

参考書:

適宜紹介します

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目: 「財務管理」「日本証券市場論」

グランド・デザイン・プロジェクトII 2単位(3学期)

GRAND DESIGN PROJECT 2 2 credits (Winter)

教授 姉川 知史

授業科目の内容:

本科目は2つの目的をもつ。第1に、学生にプロジェクト教育を行う。第2に、「グランド・デザイン策定の融合型教育」(http://anegawa.kbs.keio.ac.jp/Grand_Design_Project/)の参加者のうち、単位履修学生のための科目である。

2学期「グランド・デザイン・プロジェクトI」と、3学期「グランド・デザイン・プロジェクトII」の2科目によって構成される。いずれかの1科目のみでも履修可能である。学生は単独あるいは複数で課題を設定し、それをプロジェクトとして取り組み、報告書を作成する。授業は以下の内容によって構成する。

1. 研究方法論講義 問題発見, 問題設定, 研究手法, 論文の書き方, 発表方法等
2. プロジェクト・プログラム・マネジメント教育(Project & Program Management Seminar)
3. フォーラム講義 専門家によるフォーラム講義
4. プロジェクト研究の実施

なお、1学期に「グランド・デザイン・プロジェクトIII」を設置した。

授業の計画:

<本システムは学年途中の修正ができないため、最新版は次を参照してください。>

- a. KBS在校生ページに掲載するコースアウトラインを参照ください。
 - b. また、KBSならびに他研究科の学生は講師のHPを参照ください。
<http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>
- 1-2 Introduction
 - 3-4 研究方法論 講義, 問題発見, 問題設定, 研究手法
 - 5-6 論文の書き方, 発表方法等

7-9 Forum 討議1
10-12 Forum討議2
13-15 Forum討議3
16-18 Project t実施
19-20 プロジェクト報告

成績評価方法:

評価基準: 授業参加, プロジェクト・レポート

テキスト(教科書):

なし

参考書:

論文集をコースパックとして配布

担当教員から履修者へのコメント:

グランド・デザイン・プロジェクト1, 2は「グランド・デザイン策定の融合型教育」プログラムに参加する学生で、単位履修する学生のために提供する。本体プログラムについては、HPを参照のこと。

http://anegawa.kbs.keio.ac.jp/Grand_Design_Project/index2.html

本科目ならびにグランド・デザイン策定の融合型教育は文章による説明だけではわかりにくい。このため、プログラム・オリエンテーションに参加してほしい(日程と場所はHP参照 <http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>)。

本科目の母体となるプログラム「グランド・デザイン策定の融合型教育」は2010-2011年度に「慶應義塾創立150年記念未来先導基金プログラム」として開始された、「グローバル・ビジネス・フォーラムによる日本のグランド・デザイン策定を行う融合型実践教育」を継続するものである。

このプログラムでは、日本と世界が直面する重要課題を選択して、その解決策、提言を行うためのグランド・デザイン策定を目的とし、専門領域横断的、世代縦断的融合教育を、プロジェクト教育、フォーラム教育の2つによって実施す

ここで本科目の一環として、7月週末に3日間集中セミナー Project& Program Management Seminar for the Grand Design を実施する(2016年7月29-31日を予定)。本科目の履修予定者はこのセミナーに事前参加することが望ましい。詳細は個別に相談。

質問・相談:

授業後、あるいはe-mail 予約

経営革新 2 単位(3 学期)

MANAGEMENT OF INNOVATION AND TECHNOLOGY

2 credits (Winter)

KBS チェアシップ基金・小竹 林二寄附講座

教授 岡田 正大

授業科目の内容:

企業は常に経営に於ける革新性を維持しながら発展し続けることが求められています。

本科目では日本を代表する多国籍企業の一つであるホンダを取り上げ、元Honda of America 執行副社長、異文化経営研究所長の網野俊賢氏をコーディネーターとして招きます。そしてコース全体を通じて、同社が創業以来さまざまな局面で革新性を発揮して来た事例を業務分野横断的に追体験し、一つの大規模なケース・スタディーとして捉えようとするものです。

各セッションでは、同社の経営トップ経験者が毎回の講師として登壇し、さまざまな業務分野、北米、欧州、アジアなどの国際市場での豊富な体験・知見が共有され、現実のケースを基に経営革新が起きた過程を学びます。

また、企業がどのような過程で経営革新を生み出すかを知る為には、その企業の経営哲学や文化・価値観などを深く理解し、革新的なビジネスモデルを実現させて行く人間のエネルギーの強さと源泉、そのプロセスなどを知る必要があります。単に業務上の経緯だけでなく、そうした人間力・経営力に関しても討論を行います。

授業に当たっては各講師からのプレゼンテーションを題材としながら履修生からの質問や、各自が持つ実務体験を踏まえたコメントなどを歓迎し、双方向のやりとりを尊重します。また各講師の体験を反映して執筆されたケースについての討論、履修生のグループ発表に加え、数人の講師を交えたパネル討議も行うことによって立体的な授業の展開を図りたいと思っています。

授業の計画:

経営革新 授業の計画 2018年1月—3月(予定)

- 第 1 回 ホンダの概要、経営革新の軌跡
- 第 2 回 同上
- 第 3 回 研究・開発 「革新的な製品はいかにして生まれるか」
- 第 4 回 エンジニアリング 「もの作りを支えるエンジニアリングの奥義」
- 第 5 回 生産 「Globalな生産拠点戦略」
- 第 6 回 調達 「調達のGlocalization」
- 第 7 回 マーケティング 「買って喜ぶ — アジアの二輪市場」
- 第 8 回 マーケティング 「二輪から四輪へ。アメリカでのブランド構築」
- 第 9 回 生産子会社経営 「革新的な海外生産子会社の再建」
- 第 10 回 クラス討論と質疑応答 「経営革新とは？」
- 第 11 回 ケース討論 「次の生産拠点はどこに？」
- 第 12 回 同上
- 第 13 回 新規事業 「エネルギーの創造に向けて」
- 第 14 回 経営哲学と人材育成 「ホンダはどう人を育てるか」
- 第 15 回 パネル討議 「経営革新とは？」
- 第 16 回 同上
- 第 17 回 まとめのセッション
- 第 18 回 同上

成績評価方法:

クラス貢献度ならびにレポート

テキスト(教科書):

なし

参考書:

なし

担当教員から履修者へのコメント:

他の基礎科目で学んでいる理論やフレームワークを適用する絶好の場となる科目です。

経営戦略におけるアントルプレナーシップ 2 単位(3 学期)

GENERAL MANAGEMENT IN JAPAN 2:

ENTREPRENEURSHIP 2 credits (Winter)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

実戦的な起業とベンチャー論をケースとビジネスプラン作成中心に行う IP(国際プログラム)。講師兩名は、各々タリーズコーヒージャパン(株)の前取締役副会長と(株)ゴルフダイジェスト・オンラインの元 COO でゼロからの起業・上場・exit 経験有する。(兩名共 Harvard MBA, 三井物産出身)。

講義は全て英語だが、試験答案は日本語で回答可。

IP での多国籍の MBA の学生と共にケース(日本関連の

Harvard and Stanford Business Schools 等出版のベンチャーのケースも多数使用)・ビジネスプラン発表審査を行うので、起業希望者はもとより、外資系企業就職予定者・国際業務担当予定者・海外勤務/留学予定者にも受講を強く奨めます。

講師 須賀 等

講師 玉置 浩伸

授業科目の内容:

Entrepreneurship is attitude toward life.

The objective of the course is to learn management theories of entrepreneurship and to nurture future entrepreneurs, who are also expected to easily cross national borders in their venture business activities related to Japan. Venture business and entrepreneurship constitute the very foundation of modern economies anywhere in the world. In Japan,

present-day global companies such as Toyota, Sony, Honda, Panasonic, Kyocera, Mitsui, and Mitsubishi all started out as tiny ventures. However, present-day Japan is losing entrepreneurial spirit and lags far behind other OECD nations in terms individual aspirations and track record of starting and cultivating new companies, while we are seeing good recovery in the past few years. After the March 11 East Japan Great Earthquakes and Tsunami in 2011, plus lingering radiation threat from the ailing Fukushima Daiichi Nuclear plant disaster in the Southern Tohoku and Kanto regions, Japan will definitely have to overhaul its entire energy, industrial and economic structure and must see more ambitious, socially

conscious and long-lasting ventures popping up throughout the country to be started by either Japanese or non-Japanese alike, which seems to have finally started in LH 2012.

This is in stark contrast to the eco-system of Silicon Valley, where successful ventures and industrial frontiers are constantly emerging. It is about the time that Japan, presently the third largest economy in the world, started to re-engineer its venture eco-system and exciting new companies will once again emerge and grow, by having substantial exposure to cross-border entrepreneurial spirits and activities, and in which many non-Japanese entrepreneur-minded students may find extremely lucrative business opportunities. During the semester, students will experience the 'real world' of entrepreneurship through eyes and true stories of entrepreneurs of highly successful fastgrowing cross-boarder venture businesses who will visit our class to give their real live stories. Students will also be exposed to a wide range of theories and conceptual frameworks and will learn practical skills through the analysis of case studies, many of

which are still on-going. Groups ("Companies") of students will be formed and will participate in a business plan competition to be waged toward the end of the semester.

The presentation will be judged by 'real world' entrepreneurs and the instructor. In the event that there emerges an exceptionally attractive plan, students may have an opportunity to bring your dream to the real world through the instructor's venture capital network.

Optional Assignment: By Week3 or before, you may prepare and submit your own "business idea" on a half-page sheet for use in the business plan contest as one of the participating themes. Successful submissions will be used as one of the themes for the final project.

Students who submitted such themes will probably be asked to be the imaginary president and CEO of each "company," and will later recruit other officers and employees from the class by advertising each company's outline, mission statement, goals, etc. to the rest of the class. The process of advertising and recruiting the officers/employees will be informed later.

授業の計画:

講義は全て英語だが、試験答案は日本語で回答可。

IPでの多国籍のMBAの学生と共にケース(日本関連の

Harvard及びStanford各Business School等出版のベンチャーのケースも多数使用)・ビジネスプラン発表審査を行うので、起業希望者はもとより、外資系企業就職予定者・国際業務担当予定者・海外勤務/留学予定者にも受講を強く奨めます。講師兩名は、各々タリーズコーヒージャパン(株)の前取締役副会長と(株)ゴルフダイジェスト・オンラインの元COOでゼロからの起業・上場・exit経験有する。(兩名共Harvard MBA,三井物産出身)。

Session 1 & 2: Introduction

Session 3 & 4: Preparing a Business Plan

Session 5 & 6: Social Entrepreneurship
(+ "company" formation)

Session 7 & 8: Managing the Growth

Session 9 & 10: Midterm Examination

Session 11 & 12: Venture Capital and Exiting Your Business
(+Midterm Examination Review session)

Session 13 & 14 :Guest Lecture

Session 15 & 16: E-Commerce

(+ Rehearsal for Business Plan Contest)

Session 17 & 18 :Business Plan Contest

成績評価方法:

Student performance will be measured in consideration of his or her achievement of the course Objectives listed below, in the following three areas: 40%: Midterm Examination; 40%:

Team presentation (business plans to be prepared by groups throughout the semester and to be presented and judged/graded in the final session); and 20%: Class participation (intelligent contributions during class).

テキスト(教科書):

W. D. Bygrave and Zacharakis, A, ed. The Portable MBA in Entrepreneurship, 4e. New Jersey: Wiley.

Various Cases published by Harvard and Stanford Business Schools and others related to entrepreneurship, many of which cover the companies originated in Japan.

参考書:

Tim Clark and Kay, Carl. Saying yes to Japan. New York: Vertical. (Japanese translation“儲かる国ニッポン” by 日本経済新聞社 also available).

<Reference books in Japanese>

松田公太. 全ては一杯のコーヒーから (“Everything has started with a cup of coffee”). Tokyo: 新潮文庫

ケースで学ぶ実戦・起業塾 (“Case Studies: Starting and Running Your Own Venture) 木谷哲夫編著. by 日本経済新聞出版社 2010) ISBN: 978-4532316365

<http://bit.ly/Nm7xUs>

志は起業を呼ぶ シリアルアントレプレナーの終わりになき挑戦 (玉置浩伸著 by ファーストプレス 2006) ISBN978-4-903241-20-3

<http://www.7netshopping.jp/books/detail/-/accd/1102305924/subno/1>

担当教員から履修者へのコメント:

Students are encouraged to have generally good interest in Entrepreneurship, whether they plan to start a business by themselves in future or not, to participate in this course.

Also, students are expected to have completed all reading assignments (the case, notes, and textbook reading) BEFORE coming to the class and have already familiarized themselves with the concepts written there. We will rely heavily on case method teaching and learning techniques developed at Harvard Business School. Generally, readings from the textbook and notes ARE NOT taught in class. In order to maximize the learning effect of the case study experience, students are expected to spend AT LEAST TWO HOURS for each case/class preparation. Knowledge in accounting, finance, marketing, or business strategy are helpful but not required.

経営法学Ⅱ 2単位(3学期)

MANAGEMENT LAW 2 2 credits (Winter)

法律・知財・交渉の視点から、ビジネスの成功確率を上げるための方法論

講師 一色 正彦

授業科目の内容:

・学習目標

本科目では、日本のエレクトロニクス業界において、実際に発生した法律や知財に関するトラブル事例を用いて、なぜ、その事例が発生したか、その事例が事業経営にどのように影響するかについて、交渉学の視点から検証する講義と演習を通じて学習する。これらを通じて、履修者が、今後、経営を担う立場として、弁護士・弁理士等の法律や知財の専門家を有効に活用して、リスクに備え、事業の成功確率を上げる能力を身に付けることを目標とする。

・概要

2セッションで1テーマを基本とし、毎回、グループ演習によるケーススタディーを行なう。前半は、前提知識の講義、後半は、グループ単位で、具体的な課題に対する議論を行なう。その後、各グループが検討結果を発表し、その内容に対して、講師と受講生がインタラクティブに議論する。テーマにより、特定法分野の実務家(企業の法務・知財部門のマネージャー、弁護士、弁理士等)が議論に参加する。合計8ケースを学習し、そのうち、3ケースは、ロール・シミュレーションによる模擬交渉を行なう。

授業の計画:

・セッション1.2

テーマ① 秘密保持から始まる事業提携

分野: 契約法・交渉学

Case: 秘密保持契約の模擬交渉

・セッション3.4

テーマ② 特許・意匠・商標権の権利化

分野: 特許・意匠・商標法

Case: 特許権の活用

・セッション5.6

テーマ③ 特許権の侵害

分野: 特許法

Case: 特許の侵害警告書への対応

・セッション7.8

テーマ④ 著作権の価値とリスク

分野: 著作権法

- Case: 著作権のライセンス交渉
- ・セッション9.10
テーマ⑤ 会社法の設立とファイナンス
分野: 会社法
Case: 会社の設立と資金調達
 - ・セッション11.12.13.14
テーマ⑥ 合弁会社の設立交渉
分野: 契約法・交渉学
Case: 合弁会社設立の模擬交渉
 - ・セッション15.16
テーマ⑦ 独占禁止法による事業制限
分野: 独占禁止法
Case: 共同開発における独占禁止法による制限
 - ・セッション17.18
テーマ⑧ コンプライアンス・リスクマネジメント
分野: PL法
Case: PL問題対応の記者会見

成績評価方法:

課題レポート(1回)と授業貢献。
課題レポートは、テーマの中から特定分野、または、全体について論述する。授業貢献は、グループ演習のメンバーによる相互評価(クロス・エバリュエーション)で行なう。

テキスト(教科書):

特に、指定教科書はないが、各テーマ毎に、推薦図書を紹介する。

担当教員から履修者へのコメント:

履修の前提として、法律の専門知識は必要としないが、テーマ終了後、推薦図書を読んで学習することが望ましい。関連する科目: 経営法学 I

財務理論 2単位(3学期)

FINANCIAL THEORY 2 credits (Winter)

情報とファイナンス

教授 高橋 大志

授業科目の内容:

情報はファイナンスにおいて重要な役割を果たしている。本講義では、情報とファイナンス、とりわけ資産価格評価に焦点をあてた議論を行う。また、本講義では、資産価格評価の基本的な枠組みに関する議論と並行し、情報処理技術を活用した具体的な評価方法についても解説を行い、資産価格評価に関する理解を深める(主成分分析、クラスターリング等)。はじめに、代表的な金融資産である債券や株式に関する評価方法およびその応用事例について議論したのち、ポートフォリオ、派生証券の評価方法およびそれらの応用事例等について議論を行う。

授業の計画:

1. 情報とファイナンス: ファイナンスにおける情報の役割, 確定利付証券
2. 資金調達環境と金利水準: イールドカーブ, フォワードレート
3. 信用リスク分析: 分析手法
4. 資産と負債の管理: デュレーション, コンベキシティ
5. 投資の意思決定: 平均分散ポートフォリオ理論
6. マーケットとコーポレートアクション: CAPM・APT
7. リスクマネジメント: 先渡・先物, スワップ
8. オプション評価: 2項モデル
9. オプション評価の応用: ブラックショールズ式

成績評価方法:

小テスト、クラス貢献、およびレポートを基に評価を行う。

テキスト(教科書):

『金融工学入門』デービッド・G. ルーエンバーガー, 日本経済新聞社, 2015.

参考書:

『統計的学習の基礎—データマイニング・推論・予測—』, Hastie, Tibshirani, Friedman(著), 杉山, 井手, 神島, 栗田, 前田(監訳), 共立出版, 2014.

『フィナンシャルエンジニアリング—デリバティブ取引とリスク管理の総体系』, ジョン・ハル(著), 三菱UFJモルガン・スタンレー証券市場商品本部, きんざい, 2016.

『コーポレート・ファイナンス(上)(下)』R., スチュワート・C・マイヤーズ, フランクリン・アレン, 日経BP社, 2014.

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目として、「財務管理」などがある。財務理論においては、情報とファイナンスに関する専門的知識を深めることを目的とする。

システムと技術マネジメント 2単位(3学期)

SYSTEM AND TECHNOLOGY MANAGEMENT

2 credits (Winter)

システムと技術マネジメント

特任准教授 都丸 孝之

授業科目の内容:

ビジネスを創出する上で必要な、現場や顧客の抱える課題の構造化、ビジネス仮説の導出方法、ビジネス仮説の検証方法等、演習を交え解説する。また、米国スタンフォードで取り入れているアクティブラーニングプログラムの一部を導入し、顧客価値創造と連鎖、ビジネスモデル分析、ビジネスリスク検証等、論理的にビジネスを組み立てあげるプログラムとなっている。

本講義の特徴を以下に述べる。

- 現場や顧客の抱えている潜在的な課題を浮き彫りにし、それを構造化し顧客や現場で抱えている課題の本質を明らかにする(質的研究アプローチをビジネス創出に適用)
- 顧客価値の連鎖を記述するための考え方を展開し、顧客視点で新しい価値を創造し、ビジネスモデルの仮説を創り出す。
- 提案したビジネス仮説が、現場や顧客課題を本当に解決できるかどうかを検証するための方法論を述べる。

授業の計画:

- 第1回. 質的研究アプローチを用いたビジネス創出①
- 第2回. 質的研究アプローチを用いたビジネス創出②
- 第3回. 質的研究アプローチを用いたビジネス創出③
- 第4回. 顧客価値連鎖分析
- 第5回. システムの問題構造分析①
- 第6回. システムの問題構造分析②
- 第7回. 中間発表
- 第8回. 親和図法を用いた課題分析
- 第9回. 強制連想法を用いたアイデア創出
- 第10回. ビジネスモデルキャンパス
- 第11回. 中間発表
- 第12回. 顧客価値検証
- 第13回. ビジネスリスクの検証
- 第14回. シナリオプロトタイプング
- 第15回. ユースケース図
- 第16回. 事業採算性検証
- 第17回. プロジェクト結果発表
- 第18回. 変革のマネジメント

成績評価方法:

授業参加50%
レポートおよびプロジェクト課題50%

テキスト(教科書):

講義毎に参考資料を配布予定

参考書:

特になし

担当教員から履修者へのコメント:

ビジネス創出プロジェクトはなるべく参加してください。

質問・相談:

講師にe-mailで質問のこと。

市場戦略論 2単位(3学期)

MARKET STRATEGY 2 credits (Winter)

准教授 山本 晶

授業科目の内容:

情報技術の発展に伴い、企業活動のあらゆる側面においてデジタル技術が重要な役割を果たすようになってきている。この授業では市場戦略実行手段としてのマーケティング、なかでもデジタル・マーケティングをとりあげ、市場環境の理解と戦略の策定を学習する。

授業は講義、ディスカッション、ケース分析、グループ・アサインメントなどによって進められる予定である。グループ・アサインメントでは、具体的な企業のインターネット関連の課題に取り組み、

マーケティング戦略や事業戦略の策定を行うことによって、実践的なスキルを身につけることを目指す。

授業の計画:

1. マーケティングとインターネット
2. 課題オリエンテーション
3. 消費者行動分析1
4. 消費者行動分析2
5. オフライン企業のデジタル・マーケティング1
6. オフライン企業のデジタル・マーケティング1
7. ウェブ企業のユーザー獲得戦略1
8. ウェブ企業のユーザー獲得戦略2
9. スタートアップの事業戦略1
10. スタートアップの事業戦略2
11. 多面的プラットフォーム1
12. 多面的プラットフォーム2
13. ウェブ・サービスの成功要因1
14. ウェブ・サービスの成功要因2
15. グループ演習
16. グループ演習
17. 演習報告
18. 演習報告

成績評価方法:

出席、授業貢献、レポート、グループ・アサインメントなどから総合的に評価する。

テキスト(教科書):

特になし

参考書:

適宜紹介する。

消費者行動 2単位(3学期)

CONSUMER BEHAVIOR 2 credits (Winter)

准教授 坂下 玄哲

授業科目の内容:

企業がマーケティング戦略を効果的に展開してゆく上で、市場に対する適切な理解を深めることは、これまで以上に重要な問題となっている。本講義では、特に消費者行動の多様性という側面に焦点を当て、消費者行動の内的・外的要因という視点から、理論的、実践的検討を加える。具体的な授業形式(予定)としては、①講義および事例検討、クラス内演習や文献購読、ケース討議などを通じ、購買意思決定をはじめとする消費者行動を解明するためのさまざまなアプローチやキー概念について理解する。その上で、②具体的なテーマに沿ってグループ単位でプロジェクトを実施し、消費者行動に関する実践的理解を深めることを目指す予定である。なお、講義内容やスケジュールは変更の可能性がある。

授業の計画:

- 第1回 イントロダクション
- 第2回 消費者行動とマーケティング
- 第3回～第8回 消費者行動の内的要因・外的要因
- 第9回～第12回 ケース
- 第13回～第14回 消費者行動とブランド
- 第15回～第18回 プロジェクトワークおよび報告会

※上記は変更になる可能性があります

成績評価方法:

出席や授業内発言、ケース討議やプロジェクト報告をベースに総合的に評価します。

参考書:

杉本徹雄編著『消費者理解のための心理学』、福村出版、1997年など

人材開発論 2単位(3学期)

HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT 2 credits (Winter)

専任講師 大藪 毅

授業科目の内容:

近年戦略性を増している人的資源管理のなかで最も重要な位置を占めている能力開発をあつかう。よく経営資源としてヒト・モノ・カネ・情報の4つがあげられるが、しかし考えてみればそれらに関する決定はすべてヒトが行うものであり、ゆえにヒトの能力によって組織の生産性・創造性は大きく左右される。またその能力の中身に

についての解釈は一樣ではない。例えば頻繁なビジネス環境と技術体系の変化と交代の中で、旧来考えられてきた専門知識の多寡・レベルの高低だけではなく、ビジネスや社会の様々な場面において自分が置かれた環境の文脈を洞察し、それに沿って解答を出して実現するという高い応用性と行動性の比重が高まっている。

また能力の獲得が学習ならば、それは意識的選択として努力して獲得できるものだろうか。近年の研究知見では、自分がおかれた環境・業務の在り方からの影響が大きいとされており、それをどのようにデザインするかが重要になっている。このように拡大する能力と開発の概念・範囲をどうとらえ、またどのように制度化し取り進むかは、企業だけでなく、変化し続ける社会の中で何十年もの長期にわたって生き抜いていかなければならない、つまり自己の能力を変化・開発し続けていかなければならない個人にとっても、その構造を知ることが極めて重要であり、その意味で能力開発は個人のキャリア形成とも表裏の関係にある。

本科目では人事管理論にくわえ、心理学・社会学・教育学・認知論の関連諸分野の知見も踏まえて、手法紹介だけでなく、その基底にある人間・社会・幸福観も見据えながら議論を深めたい。

授業の計画:

内容および順序については受講生と初回決定する予定。

形式は、輪読をベースにグループプレゼンテーションを行い、クラスで議論を行う。

適宜、ビデオ授業、外部講師による講演を行う。

成績評価方法:

出席: 授業貢献: レポート=30:40:30 但し変更もありうる。

テキスト(教科書):

『経験学習によるリーダーシップ開発』シンシア・マッコレーレイ 日本能率協会マネジメントセンター 2016年 ISBN-13: 978-4820759294

『日本のメリトクラシー 増補版 構造と心性』竹内洋 東京大学出版会 2016年 ISBN-13: 978-4130511414

政策プログラム評価論—理論と実践 2単位(3学期)

POLICY PROGRAM EVALUATION-THEORY AND PRACTICE

2 credits (Winter)

准教授 後藤 励

授業科目の内容:

費用便益分析や費用効果分析などの経済評価の基礎になるミクロ経済学の知識の解説を行い、効果指標・費用の設定と測定、プログラム評価に必要な統計手法に関する方法論を学ぶ。前半9回は講義形式で行うが、後半9回は受講者(グループも可)が主体的に政策プログラム評価を行う実習形式で行う。

授業の計画:

1. イントロダクション
2. 経済効率性、所得分配、市場メカニズム
3. 市場の失敗
4. 補償変分と等価変分
5. 費用の計測
6. 便益の計測
7. プログラム評価に必要な統計1
8. プログラム評価に必要な統計2
9. プログラム評価に必要な統計3
10. 経済評価実習1(問題設定)
11. 経済評価実習2
12. 経済評価実習3
13. 経済評価実習4
14. 経済評価実習5(中間報告)
15. 経済評価実習6
16. 経済評価実習7
17. 経済評価実習8
18. 経済評価実習9(最終報告)

成績評価方法:

クラスへの貢献と期末レポート。

テキスト(教科書):

開講後に指示する。

参考書:

開講後に指示する。

生産システム設計論 2単位(3学期)
DESIGN OF PRODUCTION SYSTEMS 2 credits (Winter)

教授 河野 宏和
専任講師(有期) 市来 寄 治

授業科目の内容:

製品やサービスを提供する活動や間接部門での事務作業をスリム化・効率化していくことは、戦略を実行するオペレーション・レベルの「基礎体力」を強化するためにも重要である。そのための手法や考え方を身につけるためには、実際の生産や営業の現場へ足を運んで自ら現状の仕事のプロセスを分析し、現物に触れながら改善のアイデアを考えていくような実践的なアプローチが大切である。本コースでは、改善に関する基礎概念を学んだ後、実際の工場での実習活動を通じて、自ら課題を設定・明確化し、それに基づいてデータを集めて分析し、問題点や改善案を考え出す「問題解決」プロセスを、フィールドワークにより学習する。これまで、以下のようなテーマを取り上げて実習活動を行っている。

1. 営業部門からの情報の流れの分析、発注方法・生産計画の立案方法と在庫削減
 2. 組立ラインにおける作業性、品質、生産性の向上
 3. 機械加工ラインにおける製品品質や生産能力の向上
 4. 物流活動におけるスペース削減と工数低減、など
- テーマは受講生の人数と希望に応じて毎年3～4テーマを設定し、数名のグループ単位で実習作業を行い、実習先企業での報告会とグループ・レポート提出を行う。

授業の計画:

第1・2回: 生産システムの分析手法
第3～20回: フィールドワーク (各回3セッション、計6回)

成績評価方法:

フィールドワークの参加度での評価。個人レポートではなく、グループでの会社への報告会の内容と会社向けのレポートにより評価する。

テキスト(教科書):

特になし

参考書:

特になし

担当教員から履修者へのコメント:

生産現場に足を運んでのフィールドワークの機会は貴重と考えます。関心ある人の履修を期待しています。

質問・相談:

実習のテーマは授業説明会あるいは初回の授業で説明します。

多国籍組織・戦略 2単位(3学期)
**MULTINATIONAL ORGANIZATIONS AND STRATEGY:
ORGANIZATIONAL MANAGEMENT IN JAPAN 2**
2 credits (Winter)

Language of instructions: English
国際単位交換プログラム設置科目

教授 浅川 和宏

授業科目の内容:

This course focuses on the international dimensions of organizations and strategy, and provides frameworks for analyzing international business environment, formulating global strategies, and designing multinational organizations in an increasingly complex world economy. We delve into the theoretical frameworks as well as practical skills that managers need to deploy to help their firms stay ahead of their competitors. Class discussions will be based on lectures, readings, and case analysis on Japanese and non-Japanese multinational corporations.

授業の計画:

DAY 1: Patterns of globalization (Sessions 1 and 2)

Readings:

Bartlett, C. and Ghoshal, S. 1987. Managing across borders: New Strategic Requirements. Sloan Management Review (Summer 1987): 7-17.

Case:

Philips and Matsushita (HBS Case)

1. How did Philips become the leading consumer electronics company in the world in the postwar era? What distinctive competence did they build? What distinctive incompetencies?
2. How did Matsushita succeed in displacing Philips as No.1? What were its distinctive competencies and incompetencies?
3. What do you think of the change each company has made to date? Why is the change so hard for both of them?
4. What recommendations would you make to Kleisterlee and Nakamura?

Day 2: Building capabilities for global innovation (Sessions 3 and 4)

Readings:

Birkinshaw, J. & Hood, N. 2001. "Unleash Innovation in Foreign Subsidiaries" Harvard Business Review 79-3 (May/June 2001): 131-138.

Pisano, G. and W. Shih 2009. Restoring American competitiveness. Harvard Business Review, July-August, 2009.

Ghemawat, P. 2001. "Distance Still Matters: The Hard Reality of Global Expansion", Harvard Business Review 79-8 (September 2001): 139-48 (Reprint R0108K)

Case:

HP Singapore

1. Why has the Alex project failed?
2. Do you agree or disagree with the Capricorn project?

DAY 3: Managing local-for-global innovation: Leveraging the Japanese market (Sessions 5 and 6)

Readings:

Bartlett, C. and Ghoshal, S. 1986. Tap your subsidiaries for Global Reach. Harvard Business Review, November/December. (included in Bartlett and Ghoshal, Transnational Management, Reading 5-1)

Case:

P&G JAPAN: The SK-II Globalization project (HBS Case)

1. As Paolo DeCesare, what factors do you need to consider before deciding what to recommend in your SK-II presentation to the global leadership team (GLT)?
2. Does SK-II have the potential to become a global brand within P&G's worldwide operations? Why or why not?
3. Which of the three market options should Paolo DeCesare recommend to the GLT? Please rank them according to their feasibility.
4. How should he implement your recommended option? What are the implications for P&G's new post-O2005 organization? How will you manage it?

DAY 4: Tapping into local tacit knowledge (Sessions 7 and 8)

Readings:

J. Santos, Y. Doz, and P. Williamson 2004. "Is your innovation process global?" MIT Sloan Management Review 45-4 (Summer 2004): 31-37.

Asakawa, K. and Lehrer, M. 2003. Managing local knowledge assets globally: The role of regional innovation relays. Journal of World Business, 38: 31-42.

Case:

Shiseido France (INSEAD Case)

1. How did Shiseido establish its position in fragrance business even in France?
2. How could Shiseido recruit such competent managers and staff members in France?
3. What lessons has Shiseido learned from its experience in France?
4. Do you consider this story a success for Shiseido?

DAY 5: Overcoming home-country disadvantage (Sessions 9 and 10)

Readings:

Porter, M. 1990. "The competitive advantage of nations" Harvard Business Review 90-2 (March-April 1990), pp. 73-93

Doz, Y., Santos, J., and Williamson, P. 2001. Chapter 1. The metanational advantage. From Global to Metanational. Boston: HBS Press.

Ghemawat, P. 2007. "Managing Differences: The Challenge of Global Strategy" Harvard Business Review (March 2007)

Case:

Suntory's Wine Business (mimeo, prepared by Asakawa, K. and Doz, Y.)

1. What has Suntory learned from its experience of running the vineyard in Bordeaux?
2. How can Suntory transfer its know-how acquired in Bordeaux back home?
3. What is your recommendation for Suntory's wine business in the future?

Reference Case:

Bartlett, C. (2009) Global Wine War 2009: New World versus Old. HBS Case #910-412 (Revised November 2012)

DAY 6: Managing alliance formation process (Sessions 11 and 12)

Readings:

Korine, H., Asakawa, K., and Gomez, P-Y. 2002. Partnering with the unfamiliar: Lessons from the case of Renault and Nissan. Business Strategy Review. 13(2): 41-50.

Gomes-Casseres. 1993. Managing international alliances: Conceptual framework. (HBS Case 9-793-133)

Case:

RENAULT/NISSAN: THE MAKING OF A GLOBAL ALLIANCE

1. Why is Renault seeking a strategic partner?
2. Who is a suitable partner for Renault?
3. What are Renault's strength and weaknesses in seeking a partner?
4. How dangerous is Daimler/Chrysler's challenge?
5. Why does Renault "win" the battle for Nissan?

DAY 7: Managing the metanational organizations (Sessions 13 and 14)

Readings:

Kao, J. 2009. Tapping the world's innovation hot spots. Harvard Business Review, March 2009.

L. Huston & N. Sakkab, "Connect & develop: Inside Procter & Gamble's New Model for Innovation" Harvard Business Review 84-3 (March 2006): 58-66.

Case:

Nestle (INSEAD Case)

1. Why does Nestle have such a wide range of technical facilities (Reco's)?
2. what are the problems Nestle encounters in managing the network, and how has it attempted to solve these?
3. What is your recommendation for Nestle's organization designs in global R&D?

DAY 8: Cross-cultural management (Sessions 15 and 16)

Readings:

Black, S. and Gregersen, H. 1992. Serving two masters: Managing the dual allegiance of expatriate employees. Sloan Management Review, Summer: 61-71.

Case 1:

IKEA: Past, Present and Future (IMD Case: IMD-4-0282)

1. What is the sources of IKEA's competitive advantage?
2. How does IKEA manage its value chain?
3. What is the characteristics of Swedish- (or Mr. Kamprad-) style management?
4. How can IKEA strike a right balance between being Swedish and global?

Case 2:

Ten short stories of the US expatriate managers and the Japanese local managers (prepared by Kazuhiro Asakawa):

Head count

Miki Tomioka

Joint sales promotion

Makoto Kasuya

Unique joint project

Cost of sharing problem

John Stevenson

Process mapping team

Stuck in the middle

Joeff Sherry

- 1 Analyze the cause of the problem for each case.
- 2 Present your ideas to solve these problems.

DAY 9: Group presentation and wrap-up (Sessions 17 and 18)

Each group is asked to present a mini-case on globalization, and will discuss key managerial issues related to the case.

GROUP ASSIGNMENT DUE:

The group assignment consists of a concise write-up addressing the main challenge for any company of your choice. The write-up should be 1-2 pages, (single-spaced) action oriented, logically built executive summaries of your recommendations to the company. Assignments are to be submitted in hard copy at the beginning of the class. No late assignments will be accepted.

成績評価方法:

Class participation: Individual participation 60%, Team class presentations 10%, Group assignment 30%

テキスト(教科書):

To be announced

参考書:

To be announced

タックス・プランニング 2単位(3学期)

TAX PLANNING 2 credits (Winter)

准教授 村上 裕太郎

授業科目の内容:

このコースでは、所得税・法人税・相続税の基礎とタックス・プランニングの手法を学習する。タックス・プランニングの手法は、細かな節税テクニックとは異なり、より応用範囲の広い税務戦略である。また、税制についての研究もとりあげ、現在の税制の問題点や望ましい税制のあり方等についてもディスカッションする予定である。

税の問題は、財政学、公共経済学、会計学、税法、ファイナンス等、さまざまな知識が必要になるが、それらをバランス良く身につけることが望ましい。

授業の計画:

第1回 イントロダクション

第2-8回 所得税

第9-12回 法人税

第13-14回 国際税務

第15-16回 移転価格税制

第17-18回 相続・事業承継

成績評価方法:

出席+授業貢献点: 30%、宿題: 30%、期末レポート: 40%

テキスト(教科書):

主に配布資料およびケース

参考書:

Scholes Myron S., Mark A. Wolfson, Merle M. Erickson, Edward L. Maydew, and Terrence J. Shevlin (2014) Taxes and Business Strategy: A Planning Approach, 5th edition, Prentice Hall.

日本におけるマーケティング 2単位(3学期)

MARKETING IN JAPAN 2 credits (Winter)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

教授 井上 哲浩

授業科目の内容:

Japanese Marketing has, as well as many other management functions, special features in Japan. For example, with an extremely high service orientation and a special focus on customer relationship management, Japanese companies have already established very high standards for their customers. Another factor which is particular for marketing activities in Japan is short product life-cycles, which are supported by traditional new product development processes in Japanese firms, and so on. Given these special features of Japanese Marketing, via case-methods, and lectures, this course aims to:

- review existing literatures and theories in the field of 1) marketing strategy, marketing management, 2) consumer behavior, and 3) marketing-mix strategies, such as product strategy, communication strategy, distribution-channel strategy, and pricing strategy,
- help participants to understand the theoretical foundations of marketing in Japan, its processes, tools and implementation within corporations,
- help participants to recognize and analyze marketing-related issues in Japan and get an overview of typical marketing activities, and
- provide a basic foundation to enable the student to understand and analyze marketing decisions by using case studies.

授業の計画:

Day 1: Introduction to Marketing in Japan (Sessions 1 and 2)

Day 2: Consumer Behavior in Japan (Sessions 3 and 4)

Day 3: Marketing Environment and Marketing Strategy in Japan (Sessions 5 and 6)

Day 4: Product Development and Brand Management in Japan (Sessions 7 and 8)

Day 5: Communication Strategy and Cause Related Marketing in Japan (Sessions 9 and 10)

Day 6: Mid-Term Group Presentation (Sessions 11 and 12)

Day 7: Chanel Strategy and Relationship Marketing in Japan (Sessions 13 and 14)

Day 8: Corporate Strategy and Marketing Strategy in Japan (Sessions 15 and 16)

Day 9: Students' Presentation on Japanese Marketing (Sessions 17 and 18)

成績評価方法:

40% Class Participation

30% Session Assignments

30% Group Presentations

日本における財務管理 2単位(3学期)

FINANCIAL MANAGEMENT IN JAPAN 2 credits (Winter)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

准教授 小幡 績

講師(非常勤) 服部 暢達

授業科目の内容:

We will offer an opportunity to understand "real" Japan. We try to cover Japanese financial market as well as Japanese culture, society, and Japanese people. Chang will offer you a big picture of Chinese economy and Chinese financial sector.

授業の計画:

KBS在校生ページに掲載するコースアウトラインを参照ください。

成績評価方法:

Group Presentation, and class contribution

テキスト(教科書):

N.A.

参考書:

N.A.

担当教員から履修者へのコメント:

Please bring your interest and excitement as to Japan.

日本の経営環境 2単位(3学期)

JAPANESE BUSINESS ENVIRONMENT 2 credits (Winter)

—Institutions and Systems—

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

教授 中村 洋

授業科目の内容:

This course examines Japanese business environments, especially, its economy, companies, markets and consumers. This course will consist of lectures, case discussions, and team projects. In the team projects, our students are expected to "explore" Japan by themselves.

The following topics will be covered in this course;

I. Japanese economy & history

- An overview of Japanese economy from the 1950s to 2010s

- Problems of non-performing loans

- Strength of the Japanese Economy

- Issues for the future: national economic burden, utilization of foreign work force, and impacts of demographic changes on Japanese economy

II. Japanese companies

- Structure & corporate governance

- Organizational learning and purchase-supply relations in Japan

III. Japanese markets and consumers

- Characteristics of Japanese consumers and markets

- How to achieve success in Japan: entry barriers and key success factors in the Japanese markets

授業の計画:

Session 1 - 2: Introduction

Session 3 - 8: Case discussion on Japanese economy and issues for the future

Session 9 - 12: Case discussion on Japanese companies

Session 12 - 16: Case discussion on Japanese markets and consumers

Session 17 - 18: Group presentation

成績評価方法:

Assessment is ongoing throughout the course and is based on student participation in both lectures and group works.

ビジネス統計 2単位(3学期)
BUSINESS STATISTICS 2 credits (Winter)

教授 林 高樹

授業科目の内容:

本授業では、多変量解析を中心にさまざまな統計的データ分析の手法を学び、これらの手法を実務に応用できるようになることを目指す。統計ソフトウェアRを利用しながら学習する。

授業の計画:

- 第1, 2回: Rの基本操作、グラフ作成、記述統計
- 第3, 4回: 仮説検定
- 第5, 6回: 分散分析
- 第7, 8回: 回帰分析、ロジット回帰分析
- 第9, 10回: 決定木分析、判別分析
- 第11, 12回: 主成分分析、因子分析
- 第13, 14回: クラスター分析
- 第15, 16回: アソシエーション分析、その他
- 第17, 18回: プレゼンテーション、まとめ

成績評価方法:

授業への貢献度、個人課題、グループ課題等の結果により評価します。

担当教員から履修者へのコメント:

1学期に開講される「統計学入門」履修程度の知識を前提とします。

不確実性と組織のマネジメント 2単位(3学期)
UNCERTAINTY AND MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS
2 credits (Winter)

Language of instructions: English
国際単位交換プログラム設置科目

教授 清水 勝彦

授業科目の内容:

Overview:

“Every decision is risky: It’s a commitment of present resources to an uncertain future.”

Peter Drucker

It is fair to say that management is a different name of continuous struggle with uncertainties. Besides uncertainties involved in external environments (e.g., exchange rate, government policies and regulations), we have to understand manage uncertainties related customer needs as well as those within an organization (Do you know how loyal your employees are?).

However, uncertainties are not always bad. If everything is fixed, there are no such things as recovery or hope for small players. Uncertainties are a main source (at least one of the sources) of success or failure of organizations. In this sense, management of uncertainties has been and will be an important issue for all managers.

授業の計画:

Please refer to course outlines which can be found in KBS student's page

成績評価方法:

Grading:

- Class contributions 50%
- Individual assignments 20%
- Group projects 30%

テキスト(教科書):

Texts and readings:

- 1. Cases developed by KBS and Harvard Business School
- 2. Harvard Business Review and other articles

参考書:

References (FYI):

- 1. Weick, K.E., & Sutcliffe, K.M. 2001. Managing the Unexpected (Jossey-Bass)
- 2. Pfeffer, J. & Sutton, R.I. 2006. Hard Facts, Dangerous Half-Truth, and Total Nonsense (Harvard Business School Press)
- 3. Welch, J. 2002. Winning. (Harper Business)
- 4. Cameron, K. 2012. Positive Leadership (Berrett-Koehler)

マーケティング・コミュニケーション論 2単位(3学期)
MARKETING COMMUNICATION 2 credits (Winter)

マーケティング・コミュニケーション戦略の策定

教授 井上 哲浩

授業科目の内容:

本科目は、企業の市場に対して行うコミュニケーションをマーケティング・マネジメントの見地から捉え、広告や広報そしてプロモーションなどの活動に加え、IMC（統合マーケティング・コミュニケーション）やメディア・プランニングそしてクロスメディアなどのメディアとしてのマーケティング・コミュニケーションを、文献精査、事例検討、ケース分析、グループ・プレゼンテーション等を通して学ぶ予定である。

授業の計画:

Sessions 1&2

マーケティング・コミュニケーション概要

Sessions 3&4

セールス・プロモーション

クリエイティブ管理

Sessions 5&6

マーケティング・コミュニケーション戦略

Sessions 7&8

マーケティング・コミュニケーション管理

Sessions 9&10

マーケティング・コミュニケーションとブランド・マネジメント

Sessions 11&12

統合マーケティング戦略

Sessions 13&14

関係性マーケティングとコミュニケーション戦略

Sessions 15&16

統合マーケティング戦略

Sessions 17&18

グループ・プレゼンテーション

「マーケティング・コミュニケーション戦略」

成績評価方法:

20%アサインメント (グループ単位)

20%授業参加

30%中間報告

30%最終報告

テキスト(教科書):

岸、田中、嶋村著『現代広告論 新版(有斐閣アルマ)』有斐閣、2008年。

参考書:

田中・清水編著『消費者・コミュニケーション戦略—現代のマーケティング戦略(4)(有斐閣アルマ)』有斐閣、2006年。

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目: マーケティング基礎、市場戦略論、流通論、消費者行動論、日本におけるマーケティング

英語ビジネス・コミュニケーションⅡ 2単位(1学期)
BUSINESS COMMUNICATION STRATEGY IN ENGLISH 2

2 credits (Spring)

Global Business Communication Strategy II

講師 定森 幸生

授業科目の内容:

【基本認識】

グローバル・ビジネスの最前線で必要とされる英語力とは、英語を使って事業目的を遂行できる実践力(active/productive skills)である。TOEICで測定される受け身の英語力(passive/receptive skills)は必要条件に過ぎず、仕事の現場で事業パートナー・取引先企業、上司・部下を含む自社の社員、関係政府機関などのステークホルダー全般に影響力行使し、相手の心を動かして業績目的を達成できるだけの戦略的なコミュニケーション能力が不可欠である。その際、英語のネイティブであるなしに拘わらず、企業の社会的認知度と、そこで活動する個人のプロとしての洗練度の高さを積極的に表現し、会社と個人の“ブランド力”を高めることが、国際競争力の観点から重要である。

①「通じる英語」から「心を動かす英語」へ

ビジネスとは、自分(自社)の期待通りの行動を相手に起こしてもらうこと(to motivate your counterparts to do what you would like them to do for you)であるから、単に「聴いて判った」、「読んで解った」、「自分の意思が伝わった」、「文法的に正しい」表現ができたというだけでは意味がない。ビジネス英語の「正しさ」の判定基準は、個々のトピックの“コンテンツ(業界・市場環境を含む)”と“コンテキスト(競争条件・力関係を含む)”の表現力である。一人ひとりの相手の“靴の中にわが身を置く(put yourself in the shoes of others)”表現力と、相手の理解度・反応に即して自分の表現方法を柔軟に変える即応力が必要である。そのためには、表現力の“引き出し”の多さが決め手になる。

②「国際英語」を身につける時代

「アメリカ英語」か「イギリス英語」かの議論は、そのどちらの英語も満足に身につけていない事実と相俟って、日本の英語教育の未熟さを露呈するもので、新興経済諸国を含め世界中のビジネスパーソンから見下されている。ビジネス英語は、英語を母国語としない人たちも含めた全世界の人たちの共有財産であり、ビジネスの“コンテンツ(業界・市場環境を含む)”と“コンテキスト(競争条件・力関係を含む)”をしっかりと把握した英語である限り、ノンネイティブの英語が理解できない人は、国際ビジネスパーソンとして認知されない厳しい現実がある。パワフルな言葉を熟慮・厳選し、より少ない語数で目的を達成できる「日本英語」が、すなわち競争優位性の高い「国際英語」である。

③「口頭表現力」は「文章構成力」を映す鏡

成人して身につける英語に関していえば、キチンと書けない内容はキチンと話せない。「書けるけど話せない」の多くはウソであると言って差し支えない。話すのが苦手という人の大半は、しっかりした説得力のある文章を書くのも苦手である。「聴き取りはできるけど話せない」もかなりウソ。聴いたとおりに細部まで復唱できない例が殆どである。アバウトで中途半端な理解の域を出ず、重要な細部を聴き漏らして後で混乱を招くこと(The devil is in the details.)が非常に多い。ネイティブ同士であっても、口頭表現だけに頼らず、事前・事後に書面で重要なポイントは確認しあう(要点の文書化)のがグローバル・ビジネスの常識であり、その意味では、ビジネス英語の真髄は、「コミュニケーションの文書化能力」と言うべきである。帰国子女などで口頭表現力が堪能な人も多くなったが、会議や商談の議事録・サマリーを的確に文書化する力は、現場で訓練を重ねながら戦略的に日々推敲する努力なしには強化できない。

【講座の目的】

上記の基本認識を踏まえ、この講座では、口頭表現力の基本となる「キチンと書く」技術・「キチンと聴き取る」技術を習得する過程を通じて、書いた内容・聴き取った内容に基づいて、毎回のlesson objectiveに沿った実践的なビジネス・シーンにおける効果的な口頭表現を習得することを目的とする。

トピックスは、経営資源を代表する「ヒト」「モノ(サービス)」「カネ」に焦点を絞り、事前課題の教材の内容に応じて第1日から第8日(Session 1から Session 16)までは、Part OneとPart Twoに分けて演

習を行う。第9日(Session 17から18)は、総括プレゼンテーションとしてPart Oneのみとする。

Part Oneは、「キチンと書く」技術に焦点を絞り、具体的なビジネス現場のシナリオに基づき、事前に受講者が準備したcommunication taskの原稿(または発言要旨メモ)を使ってクラスでの発表を行う。Part Twoでは、「キチンと聴き取る」技術と「メッセージの要点を纏める」技術に焦点を絞り、世界の主要企業のCEOおよび様々なライン分掌のtop executiveなどによるbusiness managementに関するプロの発言を収録したビデオの閲覧ライセンスを事前購入し、プレゼンテーションの内容に基づいた事前課題の内容にそってclass discussionを行う。

各レッスンの究極の目的は、「書いた内容の要点は必ず話す」「話す内容の要点は必ず書く」ことで、予習の中心は、多くの教材を読み、聴いたあとで自分の考えを必ず書いてまとめるタスクとする。5月27日(土)から7月8日(土)の毎週土曜日第1・2時限と、変則的ではあるが5月29日(月)と6月5日(月)の第5・6時限の延べ9日間の集中授業を予定している。英語のskills buildingという観点からは、極めて短期間の授業ではあるが、毎回3時限分の集中したクラスワークによって習得した技能やアプローチを、科目履修後実践に移すためのモーメンタムを高めることができるものと期待する。毎回の授業のテーマと日時は下記の通りであるが、履修者の人数の多寡によっては柔軟に対応する。

授業の計画:

第1日(5月27日土曜日 第1・2時限)

第2日(5月29日月曜日 第5・6時限)

第3日(6月3日土曜日 第1・2時限)

戦略的ビジネス・コミュニケーションの5つの原理原則

Part One

ビジネスの現場で卓越した口頭表現をする力を身につけるためには、論理的な描写力の訓練と、相手のアクションを誘発させるのに十分な影響力と説得力のある文章表現の訓練が不可欠である。約10種類の対外取引・社内業務プロセスの現場を想定したシナリオに基づき、下記の5つの原理原則を踏まえ、相手の立場を十分に認識し配慮しつつ、相手側のモチベーションを高め自分(自社)の期待どおりの行動を起こさせるパワーのある表現力を見直し、習得する。

①明瞭な言葉を選んで表現する(clarity)

②語数を少なく簡潔に表現する(concision)

③一語完結的に表現する(completeness)

④数字や固有名詞を正確に表現する(correctness)

⑤プロの自覚をもって丁寧に表現する(courtesy)

日常のビジネスの意思疎通の8割以上を占めるemailによる効果的な自己表現方法を例に挙げながら、それらの原理原則が、各種原材料や製品の取引関係の実務をはじめ、第2週以降のトピックスとして取り上げる事業戦略の説明やIR・広報・CSRを含めた企業活動全般の対外コミュニケーションはもちろん、employee engagementやleadershipなどの人事管理の現場でも役に立つことを確認する。

Part Two

Fundamentals of Business Communication

See the World From Other People's Perspective by Prof. Jeffrey Pfeffer, Stanford Graduate School of Business

IN BRIEF

Jeffrey Pfeffer encourages leaders to see the world from the perspectives of others, enabling these leaders to build stronger relationships and have greater influence among those people with whom they work and interact.

In-Person Versus Mediated Communication by Judith Glaser, CEO of Benchmark Communications, Inc.

IN BRIEF

There is something about face-to-face interactions that cannot be captured in social media. A measurable energy field is created when two people connect in person. Tweeting activates the sharing and reward centers, but not as powerfully as in-person connections.

Don't Over-Detail by Colin Day, Reckitt Benckiser

IN BRIEF

Obsessing over detail can be commercial suicide. Too many people hide behind detail for justification or confidence purposes, rather than using

years of training and management experience to make a decision based more on intuition than on figures.

On-the-Level Communication by Pat McLagan, McLagan International, Inc,
IN BRIEF

On-the-level communication is purposeful, direct, respectful, and carries shared responsibility. Givers and receivers both need reflective skills—observing, listening, and empathizing—and expressive skills—questioning, describing, and concluding.

第4日(6月5日月曜日 第5・6時限)

会社の業種・業態・業績及び個人の職務経歴書の表現方法

Part One

インターネットなどで公開する自社の事業戦略・財務戦略・業績を効果的に紹介する方法を習得する。また、個人の現在の職責の簡潔な説明文・職務経歴の記述文のよい例・悪い例を分析する。下記①～③の課題のなかから、各自最も発表しやすい内容を選んで発表する。受講者の人数が多い場合はグループ単位の発表とすることも考える。

①Fortune Global 500 (<http://fortune.com/global500>) の中から最も興味のある1社を選び、その会社のcorporate websiteに記載されている会社紹介(業種・業態、経営理念(mission and values)、社会的貢献など)の中で、特に印象に残った記述内容をクラスで紹介し、どのような点が企業のブランド・イメージ、社会的評価を高めるうえで効果的であると感じたかについて自由に説明する。

②会社全体の最新の業績・業績見通しについて、財務データを含めて社内向けと社外(投資家)向けの情報開示を行う。個々の案件の事業採算性・キャッシュフロー管理についての議論も含める。財務情報は、経営の実態を如実に表す言語であることを踏まえ、他社の財務情報に基づいて、その会社の経営実態についての論点を、the language of businessであるaccounting termsを使って語る演習を行う。

③個人の職務経歴を、企業固有の役職名や部署名ではなく、社外の人にもよくわかる表現を使って作成する。会社の経営理念に相当する自分のcareer aspirationsやwork ethicsが読み取れるような記述方法を研究する。求職先企業の選考・採用動機を促すコミュニケーション能力について学習する。

Part Two

External Communication for Enhanced Branding
Articulating an Environmental Vision by Ray Anderson, Interface Inc.
IN BRIEF

Ray Anderson explains why it's not enough for industry to simply comply with environmental regulation. In this lesson, he shares his journey of bringing higher purpose to his company and his employees.

Mission, Values, and Strategy: If You're Not Aligned, It's Not Going to Work by Jack Welch, former CEO of GE

IN BRIEF

It is only when your team is fully aligned that you get maximum results. Jack speaks about the importance of having a powerful mission statement to clearly define where the organization is going. The values (or behaviors) refer to the actions the team demonstrates every day to get there. Taken together, these form the "where" and "how" that are the essential elements of driving the success of the team.

第5日(6月10日土曜日 第1・2時限)

第6日(6月17日土曜日 第1・2時限)

部下の業績評価とリーダーシップ

Part One

事前に与えられたシナリオに基づいて、事業戦略を実現するために管理者として必要な組織構成メンバー(部下) engagementに注意を払い、期首目標に照らしたperformance management/coachingの事例を、シミュレーションの形式で学習する。

①会社(所属部署)の業務目標、個人に設定された重点目標に照らして、期中の業績評価(performance recognition and coaching)の進め方、期末業績評価と来期の目標設定の進め方とそれに必要な効果的なon the job communicationの実際を研究する。

②組織活動に必要な優秀人材をattract, retain and engageするためにライン管理者として必要な具体的なアクションとその表現方法を研修する。

③人事管理は、人事担当者のみならず、業種・分担業務分野に拘わらず、すべてのライン管理者が日常的に意識し実践すべき経営管理の基礎知識・基本動作であることを踏まえ、グローバルに使われている人事管理の専門用語や用法を使って語る演習を行う。

Part Two

Performance Management and Leadership

Praise And Support, Not Targets And Blame by Sir John Banham, Johnson Matthey

IN BRIEF

What motivates people is praise and support, not targets and blame. So instead of using a command-and-control approach to motivation it is more effective to find examples of best practice, and then celebrate these widely. Leadership Is What You Do, Not What You Say by Clive Mather, Shell Canada

IN BRIEF

Clive Mather reminds us that actions are more important than words and shows you how to lead by example and use your power deliberately.

The Benefits of Promoting from Within by Sarian Bouma, Capitol Hill Building Maintenance, Inc.

IN BRIEF

Employee motivation is important in any business, but it's not always easy to achieve. Sarian Bouma knows one way to achieve it: by continually promoting from within and by encouraging her employees to improve themselves. She explains her approach to employee motivation here.

第7日(6月24日土曜日 第1・2時限)

第8日(7月1日土曜日 第1・2時限)

パートナー候補に対する新規事業案件を提案

Part One

事前に与えられた新規事業案件のシナリオに基づいて、自社が提携を希望する相手企業と事業計画の詳細について協議する事例を、シミュレーション形式で学習する。

①新たに提案する事業の性格、趣旨、実現可能性、役割分担、競争優位性、外的与件、リスクの性格と範囲およびリスク管理策、工程表、将来展望などを簡潔に表現し、候補となる取引先やパートナー企業の賛同を得るためのプレゼンテーションを行う。

②自社にとってのメリットだけでなく、相手企業の目線で当該新規事業が相手企業にとってどのようなメリットがあるのかについて、十分な対話を重ねる。

③図表、チャートなどのvisual aidsが言葉だけの説明を強力にサポートするような使い方を研究する。

④対外交渉の場で遭遇する意見・利害の対立を建設的に処理するプロセスと、その際に使われる効果的な表現を研究する。特に、(a)批判の応酬を排除し双方の立場・理解・判断基準を冷静かつ客観的に整理する、(b)自社(自分)の立場の正当性を説得力をもって説明する、(c)代案の提案とその長所・短所の分析と妥協案の提案、(d)相手側にも代案の提案とその長所・短所の分析と妥協案を求める。

⑤相互に協働して立場の相違を調整し問題点を解決することができることを確認し合うためのコミュニケーションの方法論を研究する。

⑥契約締結までの意見対立の調整・克服を踏まえて、最終的な契約書案文作成に至るプロセスで必要となる表現方法を研究する。契約書で使われる表現方法の最近の変化について学習する。

⑦契約締結後の履行状況について疑義が生じた場合の問題提起の仕方、契約条項に沿った解決努力を確認するコミュニケーションのあり方を研究する

Part Two

Proposing a New Project and Managing Conflict

Running Out Of Cash by John Egan, former CEO of Jaguar Cars

IN BRIEF

Never underestimate the power that a lack of cash has to bring down a business. Always prioritise cash management, pre-plan cash commitments with great care and don't borrow money unless absolutely necessary.

Prepare Thoroughly And Know Your Audience by Rosabeth Moss Kanter, Harvard Business School

IN BRIEF

Detailed preparation and research are fundamental to giving a successful speech. It is crucial to take the time to research the audience, the event's

other speakers and the context of the event beforehand, or the lack of preparation could prove costly upon arrival.

Growing New Lines of Business by Professor of Michigan University at Ross School of Business

IN BRIEF

Once you have identified a growth opportunity – a new line of business – don't bet the farm. Stick a toe in the water. To succeed you need support from the top and a champion who will put his neck on the line to make it all happen.

第9日(7月8日土曜日 第1・2時限)

個別テーマのプレゼンテーション

Part One

講座で学習したことの総括として、個人またはグループで決めたテーマについてのプレゼンテーションを行い、クラス全体の評価を通じて、ビジネス現場での効果的なコミュニケーションの実践力強化策を研究する。

成績評価方法:

事前課題の提出、クラスでの発表を総合的に勘案した絶対評価とする。

クラス貢献度: 40%

事前課題提出: 30%

総括プレゼンテーション: 30%

テキスト(教科書):

教科書は指定せず、毎回の授業の事前課題の中で必要な文献を指定する。Part Two で採り上げる世界のトップリーダーの executive speeches については、SkillSoft社 (<http://www.skillsoft.com>) の website のライセンスを各自購入すること。このサイトは、MBAの科目と共通する finance, marketing, human resources, operations management, leadership, communication などの分野の約4000種類のプレゼンテーションが閲覧できるサイトで、video映像のほか、発言内容の transcript、要約、内容を討議する際の設定などが収録されている。この website の1年間の無制限閲覧ライセンス料は、通常約US\$400程度であるが、KBSのこの科目履修の学生には、履修者の多寡にもよるが約US\$150の特別価格で提供してもらうよう交渉中。受講を検討する学生は、事前課題の準備のためのトライアル・アカウントの設定および実際の代金支払いについては学事に照会のこと。

参考書:

参考書は指定しない。実際の受講者ニーズ、学習目的に応じて適宜推薦する。上記のSkillSoft社 (<http://www.skillsoft.com>) の website を参考書に代える。クラス討議のために抜粋する executive speech の論点、表現方法、構成、発話方法などの分析手法を習得し、科目履修の終了後約10カ月間の閲覧残存期間中は、各自興味のある経営管理分野の executive speeches をできるだけ多く分析・研究することによって、ビジネス・リーダーに相応しい英語のプレゼン能力を磨くために有効活用することを期待する。

担当教員から履修者へのコメント:

この自由研究科目は、特定の必須・選択科目との直接的な関連はないが、ヒト、モノ、カネ、情報に代表される経営資源のマネジメントの場面を想定して、少しでもグローバル・ビジネスの臨場感を体験できるような講義テーマを設定している。英語によるコミュニケーションを学ぶことを当面の目標にしているが、講座全体を通じて議論するテーマは、日本語でのビジネス・コミュニケーション(管理職 vs 部下のコーチングを含む)と本質的には共通部分が多いことを同時に学習し、実務面で活かしてもらえることを期待している。

Part Two のために各自購入する SkillSoft社 (<http://www.skillsoft.com>) の website については、クラス討議の中で習得する論点・表現方法・構成・発話方法などの分析手法を、科目履修の終了後も約10カ月間の閲覧残存期間中は、各自興味のある経営管理分野の executive speeches をできるだけ多く分析・研究することによって、ビジネス・リーダーに相応しい英語のプレゼン能力を磨くために有効活用することを期待する。事前課題は日本語で提示するが、課題の提出およびクラスでの議論はすべて英語で行う。

質問・相談:

履修に関する質問、授業内容に関する個別の質問などは、履修検討期間中を含め随時 yksadamori@aol.com に照会のこと。

統計学入門 2単位(1学期)

INTRODUCTION TO STATISTICS 2 credits (Spring)

講師 村上 敏也

授業科目の内容:

成熟化がすすむ情報社会においては、複雑な課題をデータ分析とチームワークによって迅速に解決することが今後ますます重要です。そこで本科目ではまず、定量的な意思決定の基礎となる統計の入門知識(平均、分散、仮説・検定、相関・回帰など)について、表計算ソフトなどを使って手を動かしながらおさらいします。その後、実際にデータの取得・加工・分析をおこなうなどの演習をつうじて、データ分析に基づいてチームワークで意思決定を改善するために必要な態度と技能について体験的な理解を深めていきます。

授業の計画:

1. オリエンテーション
2. 基礎的な数学の復習
3. 仮説の検証と検定
4. 演習・討議
5. データの形と特性値(平均・分散・分布)
6. 演習・討議
7. データの取得・加工・分析
8. 演習・討議
9. 回帰分析の仕組み
10. 演習・討議
11. データ分析の応用
12. 演習・討議
13. 確率分布を使ったシミュレーション
14. 演習・討議
15. ビジネスデータの分析
16. 演習・討議
17. グループワーク発表・討議
18. グループワーク講評

成績評価方法:

毎演習におけるクラスへの貢献度、演習後に提出する作業レポートあるいはグループ発表の内容に応じて総合的に評価します。

テキスト(教科書):

特になし

参考書:

授業中に適宜紹介します。

担当教員から履修者へのコメント:

本講義は、これまで統計学について、ほとんど学習したことのない学生を対象として、講義(事前予習による反転学習を含む)と演習により授業を進めていきます。統計、数学、あるいは数字に不慣れであっても、積極的に質問や発言をして、各自が持参するノートPCで実際に自分の手を動かしてみようとする好奇心と行動力が参加者には強く期待されます。演習は、表計算ソフト(MS-Excel)の使用を予定しています。この科目では単に教わることは期待せず、教員を含む他の参加者から情報を引き出し、また自分の考えや情報を他の参加者に提供し、相互の学びに貢献するチームワークを大切にしてください。なお、実際の授業計画および演習課題の内容は履修者の関心や経歴に応じて変更することがあります。

質問・相談:

村上敏也 (toshiya@keio.jp)

英語ビジネス・コミュニケーション I 2単位(2学期)

BUSINESS COMMUNICATION STRATEGY IN ENGLISH 1

2 credits (Fall)

Global Business Communication Strategy I

講師 定森 幸生

授業科目の内容:

【基本認識】

グローバル・ビジネスの最前線で必要とされる英語力とは、英語を使って事業目的を遂行できる実践力(active/productive skills)である。TOEICで測定される受け身の英語力(passive/receptive skills)は必要条件に過ぎず、仕事の現場で事業パートナー・取引先企業、上司・部下を含む自社の社員、関係政府機関などのステークホルダー全般に影響力を行使し、相手の心を動かして業績目的を達成できるだけの戦略的なコミュニケーション能力が不可欠である。その際、英語のネイティブであるなしに拘わらず、企業の社会的認知度と、そこ

で活動する個人のプロとしての洗練度の高さを積極的に表現し、会社と個人の“ブランド力”を高めることが、国際競争力の観点から重要である。

①「通じる英語」から「心を動かす英語」へ

ビジネスとは、自分(自社)の期待通りの行動を相手に起こしてもらうこと(to motivate your counterparts to do what you would like them to do for you)であるから、単に「聴いて判った」、「読んで解った」、「自分の意思が伝わった」、「文法的に正しい」表現ができたというだけでは意味がない。ビジネス英語の「正しさ」の判定基準は、個々のトピックの“コンテンツ(業界・市場環境を含む)”と“コンテキスト(競争条件・力関係を含む)”の表現力である。一人ひとりの相手の“靴の中にわが身を置く(put yourself in the shoes of others)”表現力と、相手の理解度・反応に即して自分の表現方法を柔軟に変える即応力が必要である。そのためには、表現力の“引き出し”の多さが決め手になる。

②「国際英語」を身につける時代

「アメリカ英語」か「イギリス英語」かの議論は、そのどちらの英語も満足に身につけていない事実と相俟って、日本の英語教育の未熟さを露呈するもので、新興経済諸国を含め世界中のビジネスパーソンから見下されている。ビジネス英語は、英語を母国語としない人たちも含めた全世界の人たちの共有財産であり、ビジネスの“コンテンツ(業界・市場環境を含む)”と“コンテキスト(競争条件・力関係を含む)”をしっかりと把握した英語である限り、ノンネイティブの英語が理解できない人は、国際ビジネスパーソンとして認知されない厳しい現実がある。パワフルな言葉を熟慮・厳選し、より少ない語数で目的を達成できる「日本語」が、すなわち競争優位性の高い「国際英語」である。

③「口頭表現力」は「文章構成力」を映す鏡

成人して身につける英語に関していえば、キチンと書けない内容はキチンと話せない。「書けるけど話せない」の多くはウソであると言って差し支えない。話すのが苦手という人の大半は、しっかりした説得力のある文章を書くのも苦手である。「聴き取りはできるけど話せない」もかなりウソ。聴いたとおりに細部まで復唱できない例が殆どである。アバウトで中途半端な理解の域を出ず、重要な細部を聴き漏らして後で混乱を招くこと(The devil is in the details.)が非常に多い。ネイティブ同士であっても、口頭表現だけに頼らず、事前・事後に書面で重要なポイントは確認しあう(要点の文書化)のがグローバル・ビジネスの常識であり、その意味では、ビジネス英語の真髄は、「コミュニケーションの文書化能力」と言うべきである。帰国子女などで口頭表現力が堪能な人も多くなったが、会議や商談の議事録・サマリーを的確に文書化する力は、現場で訓練を重ねながら戦略的に日々推敲する努力なしには強化できない。

【講座の目的】

上記の基本認識を踏まえ、この講座では、口頭表現力の基本となる「キチンと書く」技術・「キチンと聴き取る」技術を習得する過程を通じて、書いた内容・聴き取った内容に基づいて、毎回のlesson objectiveに沿った実践的なビジネス・シーンにおける効果的な口頭表現を習得することを目的とする。

トピックスは、経営資源を代表する「ヒト」「モノ(サービス)」「カネ」に焦点を絞り、事前課題の教材の内容に応じて第1日から第8日(Session 1から Session 16)までは、Part OneとPart Twoに分けて演習を行う。第9日(Session 17からSession 18)は、総括プレゼンテーションとしてPart Oneのみとする。

Part Oneは、「キチンと書く」技術に焦点を絞り、具体的なビジネス現場のシナリオに基づき、事前に受講者が準備したcommunication taskの原稿(または発言要旨メモ)を使ってクラスでの発表を行う。Part Twoでは、「キチンと聴き取る」技術と「メッセージの要点を纏める」技術に焦点を絞り、世界の主要企業のCEOおよび様々なライン分掌のtop executiveなどによるbusiness managementに関するプロの発言を収録したビデオの閲覧ライセンスを事前購入し、プレゼンテーションの内容に基づいた事前課題の内容にそってclass discussionを行う。

各レッスンの究極の目的は、「書いた内容の要点は必ず話す」「話す内容の要点は必ず書く」ことで、予習の中心は、多くの教材を読み、聴いたあとで自分の考えを必ず書いてまとめるタスクとする。9月

下旬から毎週土曜日第1・2時限の延べ9日間の集中授業を予定している。英語のskills buildingという観点からは、極めて短期間の授業ではあるが、毎回2時限分の集中したクラスワークによって習得した技能やアプローチを、科目履修後実践に移すためのモーメンタムを高めることができるものと期待する。毎回の授業のテーマと日時は下記の通りであるが、履修者の人数の多寡によっては柔軟に対応する。

授業の計画:

第1日～第3日 (Sessions 1～6)

戦略的ビジネス・コミュニケーションの5つの原理原則

Part One

ビジネスの現場で卓越した口頭表現をする力を身につけるためには、論理的な描写力の訓練と、相手のアクションを誘発させるのに十分な影響力と説得力のある文章表現の訓練が不可欠である。約10種類の対外取引・社内業務プロセスの現場を想定したシナリオに基づき、下記の5つの原理原則を踏まえ、相手の立場を十分に認識し配慮しつつ、相手側のモチベーションを高め自分(自社)の期待どおりの行動を起こさせるパワーのある表現力を見直し、習得する。

①明瞭な言葉を選んで表現する(clarity)

②語数を少なく簡潔に表現する(concision)

③一話完結的に表現する(completeness)

④数字や固有名詞を正確に表現する(correctness)

⑤プロの自覚をもって丁寧な表現する(courtesy)

日常のビジネスの意思疎通の8割以上を占めるemailによる効果的な自己表現方法を例に挙げながら、それらの原理原則が、各種原材料や製品の取引関係の実務をはじめ、第2週以降のトピックスとして取り上げる事業戦略の説明やIR・広報・CSRを含めた企業活動全般の対外コミュニケーションはもちろん、employee engagementやleadershipなどの人事管理の現場でも役に立つことを確認する。

Part Two

Fundamentals of Business Communication

See the World From Other People's Perspective by Prof. Jeffrey Pfeffer, Stanford Graduate School of Business

IN BRIEF

Jeffrey Pfeffer encourages leaders to see the world from the perspectives of others, enabling these leaders to build stronger relationships and have greater influence among those people with whom they work and interact.

In-Person Versus Mediated Communication by Judith Glaser, CEO of Benchmark Communications, Inc.

IN BRIEF

There is something about face-to-face interactions that cannot be captured in social media. A measurable energy field is created when two people connect in person. Tweeting activates the sharing and reward centers, but not as powerfully as in-person connections.

Don't Over-Detail by Colin Day, Reckitt Benckiser

IN BRIEF

Obsessing over detail can be commercial suicide. Too many people hide behind detail for justification or confidence purposes, rather than using years of training and management experience to make a decision based more on intuition than on figures.

On-the-Level Communication by Pat McLagan, McLagan International, Inc.

IN BRIEF

On-the-level communication is purposeful, direct, respectful, and carries shared responsibility. Givers and receivers both need reflective skills—observing, listening, and empathizing—and expressive skills—questioning, describing, and concluding.

第4日 (Sessions 7～8)

会社の業種・業態・業績及び個人の職務経歴書の表現方法

Part One

インターネットなどで公開する自社の事業戦略・財務戦略・業績を効果的に紹介する

方法を習得する。また、個人の現在の職責の簡潔な説明文・職務経歴の記述文の

よい例・悪い例を分析する。下記①～③の課題のなかから、各自最も発表しやすい

内容を選んで発表する。受講者の人数が多い場合はグループ単位の発表とすること

も考える。

①Fortune Global 500 (<http://fortune.com/global500>)の中から最も興味のある1社を選び、その会社のcorporate websiteに記載されている会社紹介(業種・業態、経営理念(mission and values)、社会的貢献など)の中で、特に印象に残った記述内容をクラスで紹介し、どのような点が企業のブランド・イメージ、社会的評価を高めるうえで効果的であると感じたかについて自由に説明する。

②会社全体の最新の業績・業績見通しについて、財務データを含めて社内向けと社外(投資家)向けの情報開示を行う。個々の案件の事業採算性・キャッシュフロー管理についての議論も含める。財務情報は、経営の実態を如実に表す言語であることを踏まえ、他社の財務情報に基づいて、その会社の経営実態についての論点を、the language of businessであるaccounting termsを使って語る演習を行う。

③個人の職務経歴を、企業固有の役職名や部署名ではなく、社外の人にもよくわかる表現を使って作成する。会社の経営理念に相当する自分のcareer aspirationsやwork ethicsが読み取れるような記述方法を研究する。求職先企業の選考・採用動機を促すコミュニケーション能力について学習する。

Part Two

External Communication for Enhanced Branding

Articulating an Environmental Vision by Ray Anderson, Interface Inc.

IN BRIEF

Ray Anderson explains why it's not enough for industry to simply comply with environmental regulation. In this lesson, he shares his journey of bringing higher purpose to his company and his employees.

Mission, Values, and Strategy: If You're Not Aligned, It's Not Going to Work by Jack Welch, former CEO of GE

IN BRIEF

It is only when your team is fully aligned that you get maximum results. Jack speaks about the importance of having a powerful mission statement to clearly define where the organization is going. The values (or behaviors) refer to the actions the team demonstrates every day to get there. Taken together, these form the "where" and "how" that are the essential elements of driving the success of the team.

第5日～第6日 (Sessions 9～12)

部下の業績評価とリーダーシップ

Part One

事前に与えられたシナリオに基づいて、事業戦略を実現するために管理者として必

要な組織構成メンバー(部下)のengagementに注意をはらい、期首目標に照らした

performance management/coachingの事例を、シミュレーションの形式で学習する。

①会社(所属部署)の業務目標、個々人に設定された重点目標に照らして、期中の業績評価(performance recognition and coaching)の進め方、期末業績評価と来期の目標設定の進め方とそれに必要な効果的なon the job communicationの実際を研究する。

②組織活動に必要な優秀人材をattract, retain and engageするためにライン管理者として必要な具体的アクションとその表現方法を研修する。

③人事管理は、人事担当者のみならず、業種・分担業務分野に拘わらず、すべてのライン管理者が日常的に意識し実践すべき経営管理の基礎知識・基本動作であることを踏まえ、グローバルに使われている人事管理の専門用語や用法を使って語る演習を行う。

Part Two

Performance Management and Leadership

Praise And Support, Not Targets And Blame by Sir John Banham, Johnson Matthey

IN BRIEF

What motivates people is praise and support, not targets and blame. So instead of using a command-and-control approach to motivation it is more effective to find examples of best practice, and then celebrate these widely. Leadership Is What You Do, Not What You Say by Clive Mather, Shell Canada

IN BRIEF

Clive Mather reminds us that actions are more important than words and shows you how to lead by example and use your power deliberately.

The Benefits of Promoting from Within by Sarian Bouma, Capitol Hill Building Maintenance, Inc.

IN BRIEF

Employee motivation is important in any business, but it's not always easy to achieve. Sarian Bouma knows one way to achieve it: by continually promoting from within and by encouraging her employees to improve themselves. She explains her approach to employee motivation here.

第7日～第8 (Sessions 13～16)

パートナー候補に対する新規事業案件を提案

Part One

事前に与えられた新規事業案件のシナリオに基づいて、自社が提携を希望する相手企業と事業計画の詳細について協議する事例を、シミュレーション形式で学習する。

①新たに提案する事業の性格、趣旨、実現可能性、役割分担、競争優位性、外的与件、リスクの性格と範囲およびリスク管理策、工程表、将来展望などを簡潔に表現し、候補となる取引先やパートナー企業の賛同を得るためのプレゼンテーションを行う。

②自社にとってのメリットだけでなく、相手企業の目線で当該新規事業が相手企

業にとってどのようなメリットがあるのかについて、十分な対話を重ねる。

③図表、チャートなどのvisual aidsが言葉だけの説明を強力にサポートするような使い方を研究する。

④対外交渉の場で遭遇する意見・利害の対立を建設的に処理するプロセスと、その際に使われる効果的な表現を研究する。特に、(a)批判の応酬を排除し双方の立場・理解・判断基準を冷静かつ客観的に整理する、(b)自社(自分)の立場の正当性を説得力をもって説明する、(c)代案の提案とその長所・短所の分析と妥協案の提案、(d)相手側にも代案の提案とその長所・短所の分析と妥協案を求める。

⑤相互に協働して立場の相違を調整し問題点を解決することができることを確認し合うためのコミュニケーションの方法論を研究する。

⑥契約締結までの意見対立の調整・克服を踏まえて、最終的な契約書案文作成に至るプロセスで必要となる表現方法を研究する。契約書で使われる表現方法の最近の変化について学習する。

⑦契約締結後の履行状況について疑義が生じた場合の問題提起の仕方、契約条項に沿った解決努力を確認するコミュニケーションのあり方を研究する

Part Two

Proposing a New Project and Managing Conflict

Running Out Of Cash by John Egan, former CEO of Jaguar Cars

IN BRIEF

Never underestimate the power that a lack of cash has to bring down a business. Always prioritise cash management, pre-plan cash commitments with great care and don't borrow money unless absolutely necessary.

Prepare Thoroughly And Know Your Audience by Rosabeth Moss Kanter, Harvard Business School

IN BRIEF

Detailed preparation and research are fundamental to giving a successful speech. It is crucial to take the time to research the audience, the event's other speakers and the context of the event beforehand, or the lack of preparation could prove costly upon arrival.

Growing New Lines of Business by Professor of Michigan University at Ross School of Business

IN BRIEF

Once you have identified a growth opportunity – a new line of business – don't bet the farm. Stick a toe in the water. To succeed you need support from the top and a champion who will put his neck on the line to make it all happen.

第9日 (Sessions 17～18)

個別テーマのプレゼンテーション

Part One

講座で学習したことの総括として、個人またはグループで決めたテーマについてのプレゼンテーションを行い、クラス全体の評価を通じて、ビジネス現場での効果的なコミュニケーションの実践力強化策を研究する。

成績評価方法:

事前課題の提出、クラスでの発表を総合的に勘案した絶対評価とする。

クラス貢献度: 40%

事前課題提出: 30%

総括プレゼンテーション: 30%

テキスト(教科書):

教科書は指定せず、毎回の授業の事前課題の中で必要な文献を指定する。Part Twoで採り上げ

る世界のトップリーダーのexecutive speechesについては、SkillSoft社 (<http://www.skillsoft.com>)

のwebsiteのライセンスを各自購入すること。このサイトは、MBAの科目と共通する finance,

marketing, human resources, operations management, leadership, communication などの分野の約4000

種類のプレゼンテーションが閲覧できるサイトで、video映像のほか、発言内容のtranscript、要約、

内容を討議する際の設問などが収録されている。このwebsiteの1年間の無制限閲覧ライセンス料

は、通常約US\$400程度であるが、KBSのこの科目履修の学生には、履修者の多寡にもよるが約

US\$150の特別価格で提供される。受講を検討する学生は、事前課題の準備のためのトライ

アル・アカウントの設定および実際の代金支払いについては学事に照会のこと。

参考書:

参考書は指定しない。実際の受講者ニーズ、学習目的に応じて適宜推薦する。上記のSkillSoft社 (<http://www.skillsoft.com>) のwebsiteを参考書に代える。クラス討議のために抜粋するexecutive speechの論点、

表現方法、構成、発話方法などの分析手法を習得し、科目履修の終了後約10カ月間の閲覧残存期間中は、各自興味のある経営管理分野の executive speeches をできるだけ多く分析・研究することによって、

ビジネス・リーダーに相応しい英語のプレゼン能力を磨くために有効活用することを期待する。

担当教員から履修者へのコメント:

この自由研究科目は、特定の必須・選択科目との直接的な関連はないが、ヒト、モノ、カネ、情報に代表される経営資源のマネジメントの場面を想定して、少しでもグローバル・ビジネスの臨場感を体験できるように講義テーマ設定をしている。英語によるコミュニケーションを学ぶことを当面の目標にしているが、講座全体を通じて議論するテーマは、日本語でのビジネス・コミュニケーション(管理職 vs 部下のコーチングを含む)と本質的には共通部分が多いことを同時に学習し、実務面で活かしてもらえることを期待している。

Part Two のために各自購入するSkillSoft社 (<http://www.skillsoft.com>) のwebsiteについては、クラス討議の中で習得する論点・表現方法・構成・発話方法などの分析手法を、科目履修の終了後も約10カ月間の閲覧残存期間中は、各自興味のある経営管理分野の executive speeches をできるだけ多く分析・研究することによって、

ビジネス・リーダーに相応しい英語のプレゼン能力を磨くために有効活用することを期待する。事前課題は日本語で提示するが、課題の提出およびクラスでの議論はすべて英語で行う。

質問・相談:

履修に関する質問、授業内容に関する個別の質問などは、履修検討期間中を含め随時yksadamori@aol.com に照会のこと。

ケースメソッド教授法 2単位(2学期)

CASE METHOD TEACHING AND DISCUSSION LEADERSHIP 2 credits (Fall)

より高い学習能力とディスカッション・リーダーシップの獲得
講師 竹内 伸一

授業科目の内容:

本科目では、MBAプログラムをケースメソッドで学んでいる学生に、ケースメソッドで教える側の世界を垣間見ってもらう。履修者の9割以上が大学教員志望ではないので、1)MBAプログラムをケースメソッドでより深く学ぶためのヒントを探る、2)社内研修講師や会議の進行役を務めるときの留意点を検討する、3)ディスカッションを通してより大きな人間集団を動かすための視座を得る、ことなどが受講目標に据えられていけばよい。これらの目標の達成に向けて、授業ではあくまでも「教授法」を教える。講師はKBSで本科目を教

えるようになって今年で13年目になるが、本科目によるMBAプログラム学生の学習成果は、教育能力の向上としては表出しにくい、学習能力あるいはディスカッション・リーダーシップの向上として、比較的顕著に表出している、という感触を持っている。

クラスでは、ケースメソッド教授法を講義して教えるのではなく、①「ケースメソッドで教えるときに教室で生じる諸問題」を記述したケースを用いて、②履修者自らが講師役(ディスカッションリーダー)となって、③講師役と学生役の双方からケースメソッド授業を実際に動かしてみながら、④ケースメソッド教授法について学んでもらう。授業の中核となるディスカッションリード演習では、ケースメソッド授業の「準備」と「運営」と「振り返り」に焦点を当てる。科目開講中に演習のチャンスが得られるのは6名限りだが、仲間がすぐそばで演習に打ち込んでいる姿を見守るだけでも、貴重な学習機会となる。

授業の計画:

本科目は、通常の1コマ90分の授業を1日に4コマ続けて、隔週で4日間開講する。授業が行われるのは、10/7、10/21、11/4、11/18のいずれも土曜日の10:00-17:15。

第1回:

レクチャー「ケースメソッド教育概論」

講師(Takeuchi)によるディスカッションリードデモ

レクチャー「授業計画の作り方」

第2回:

レクチャー「討議を通して学ぶことの価値を考える」

学生によるディスカッションリード演習(午前の部)

学生によるディスカッションリード演習(午後の部)

第3回:

レクチャー「参加者を理解する」

学生によるディスカッションリード演習(午前の部)

学生によるディスカッションリード演習(午後の部)

第4回:

レクチャー「学びの共同体を築く」

学生によるディスカッションリード演習(午前の部)

学生によるディスカッションリード演習(午後の部)

本科目のまとめ

成績評価方法:

授業準備ノート全7部の提出でBを保証。1)授業中の発言や問題提起、2)ディスカッションリード演習へのチャレンジ、3)ディスカッションリード演習者の授業準備支援、4)レポートの提出、などのクラス貢献を勘案して、A以上への成績の積み上げを行う。授業中に獲得・発揮された教授法スキルよりもむしろ学習の場作りへの貢献度に焦点を当てて評価することで、履修者の努力に報いる方針。

テキスト(教科書):

竹内伸一(2010)(高木晴夫監修)『ケースメソッド教授法入門—理論・技法・演習・ココロ』、慶應義塾大学出版会。

参考書:

Barnes, Louis B., Christensen, C. Roland and Hansen, Abby J.(1994). Teaching and the Casemethod, third edition, Harvard Business School Press. (高木晴夫訳(2010)『ケース・メソッド教授法』ダイヤモンド社)

高木晴夫、竹内伸一(2006)『実践!日本型ケースメソッド教育』ダイヤモンド社。

担当教員から履修者へのコメント:

本科目の授業は、ディスカッションリード演習者へのフィードバック、および授業の改善を主たる目的として、教室内を3台のカメラで常時録画している。履修者には理解と協力をいただきたい。

人的資源管理設計論 2単位(2学期)
DESIGN OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT SYSTEM
2 credits (Fall)

人的資源管理設計論

講師 金子 良事

授業科目の内容:

このコースでは給与を軸に人的資源管理の全体を議論します。主に二つ点を重視します。第一に、人的資源を組織的にないし戦略的に管理する方法について。第二に、日本とアメリカの雇用システムの違いについて。

テキストとしてミルコピッチの"Compensation"の前半部分を中心に、日本の人事管理を考える際の勘所について解説し、そうした議論を基礎にしてディスカッションをしてもらいます。アメリカのテキスト(国際版)を使うのは、体系的に人事管理を考えるためです。残念ながら日本にはこのような書物はありません。加えて、比較をすることで日本の特徴もよく理解できるようになると思います。

テキスト以外の補助的な資料については受講者のレベルにあわせて、適宜、紹介します。なお、テキストのタイトルは直訳すれば「報酬」ですが、このコースで取り扱うのは賃金や給与そのものよりも、それらを理解するための前提になる問題です。

授業の計画:

1. Chapter 1: The Pay Model
2. Discussion
3. Chapter 1: The Pay Model
4. Discussion
5. Chapter 2: Strategy: The Totality of Decisions
6. Discussion
7. Chapter 2: Strategy: The Totality of Decisions
8. Discussion
9. Chapter 3: Defining Internal Alignment
10. Discussion
11. Chapter 3: Defining Internal Alignment
12. Discussion
13. Chapter 4: Job Analysis
14. Discussion
15. Chapter 4: Job Analysis
16. Discussion
17. Chapter 5: Job-Based Structures and Job Evaluation
18. Discussion

成績評価方法:

プレゼンテーション、ディスカッションへの貢献等によって総合的に評価する。

テキスト(教科書):

テーマに必要な資料を配布する。

参考書:

『日本の賃金を歴史から考える』金子良事著 旬報社 2013年
ISBN:978-4845113378