



慶應義塾は2008年に創立150年を迎えました。慶應義塾は、教育、研究、医療、社会貢献等、すべてにわたる改革を通して新しい時代に貢献します。

▶ <http://keio150.jp/>



MDIP 2010

Management Development Intensive Program

慶應義塾大学ビジネス・スクール 週末集中セミナーのご案内

MBA課程や経営幹部教育で定評ある
慶應義塾大学ビジネス・スクールのビジネス教育を、
基本8分野に絞って、
参加しやすい土曜日にお届けします。

お問い合わせ



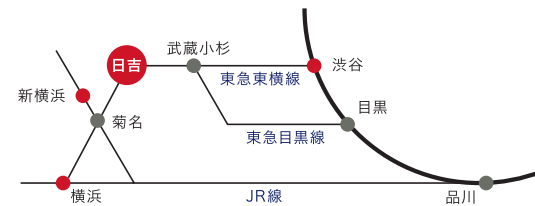
〒223-8526 横浜市港北区日吉4-1-1
窓口取扱時間 平日 8:45~16:45

セミナー担当

Tel : 045-564-2440 E-mail : seminar@kbs.keio.ac.jp

最新情報は
こちらから ▶ <http://www.kbs.keio.ac.jp/>

交通アクセス



- 東急東横線、東急目黒線 ※東急東横線の特急は日吉駅に停まりません。
- 横浜市営地下鉄グリーンライン

渋谷～日吉：25分(急行約20分)
横浜～日吉：20分(急行約15分)
新横浜～菊名～日吉：20分

日吉駅、徒歩1分



慶應義塾大学ビジネス・スクール 週末集中セミナーのご案内

- 1 ごあいさつ
- 2 セミナープログラム内容の構成
- 3 ケースメソッドの進め方
- 4 2010年度 週末集中セミナー（MDIP）募集要項
- 6 経営戦略集中コース
- 8 生産システム革新集中コース
- 10 マーケティング集中コース
- 12 革新的組織マネジメント集中コース

ごあいさつ

慶應義塾大学ビジネス・スクール（KBS）では、MBA課程（大学院経営管理研究科修士課程）を担当する教授陣が、ビジネスパーソンの方々を対象にハイクオリティで実践的なビジネス教育プログラムを開催いたしております。

当週末集中セミナーでは、これまで各分野の科目をまとめて受講するだけの時間が確保できない皆様に、単独科目での受講を土曜日に提供する講座として大変好評を得てまいりました。本年度は「経営戦略」「生産システム革新」「マーケティング」「革新的組織マネジメント」の4コースをご提供いたします。

各コースともKBSが蓄積してまいりました豊富なケース教材をもとにしたディスカッション授業が中心になっており、各日の最後に講義を入れて参加者の理解を補っていくという形式になっております。

具体的な経営課題について、自由で且つ緊張感に溢れたクラス討議の中で状況分析力や意思決定能力を研鑽すると同時に、様々な分野から集まった参加者同士の交流によって、各科目分野での必要な知恵と人的ネットワークを得られることが、当コース最大の特徴です。本セミナーを通じ、会社での勤務を続けながら、特定領域をより深く学び、または経営教育の基本8分野を2年間にわたり横断的に学習されることが、皆様のキャリア発展の一助となることを願っております。

多数の方々のご参加をお待ちしております。

慶應義塾大学ビジネス・スクール

校長
河野 宏和

セミナー主管
小林 喜一郎

セミナー副主管
岡田 正大



セミナープログラム内容の構成

まとまった時間が確保できない皆様のために、単独コースを土曜日に受講できるプログラムです。2年間で計8分野をカバーするプログラムで、ご希望のコースを受講することができ、ジェネラリストとしての視点を養成できる体制が整っております。会社での勤務を続けながら、特定領域をより深く学び、経営教育の基本8分野を横断的に学習することができます。

本年度は以下4コースを開講いたします。

- 経営戦略集中コース
- 生産システム革新集中コース
- マーケティング集中コース
- 革新的組織マネジメント集中コース

2011年度は以下4コースの開講を予定しております。

- 経営戦略とマネジメントシステム集中コース
- 会計管理集中コース
- ヘルスケアポリシー & マネジメント集中コース
- 財務戦略集中コース

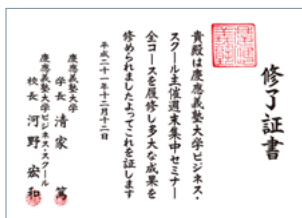
基本8分野の全科目を履修された方を対象に「MDIP 修了証書」を授与

週末集中セミナー受講初年度を含む4年以内に基本分野の全8コースを履修された方を対象に、「MDIP (Management Development Intensive Program) 修了証書」を授与いたします。

さらに、MDIP修了証取得の際の最後の1コースの受講料が割引され、4万円(税込)となります。

※コース名は実施年により若干変更になる場合がございますので、予めご了承ください。詳しくは下記へお問合せください。

Tel : 045-564-2440 (セミナー担当)



参加者からの声(2008年度)

- > 他の業種を学ぶ機会が無かったので、刺激になった。(経営戦略)
- > 経営戦略全般についてよく分かった。週ごとにテーマがあり、また、回を追うに従って、深く学べるようになっていた。(経営戦略)
- > 全般的に現場的な様々な視点での見方が聞けて面白かった。(生産システム革新)
- > 「セル生産方式の効果と課題」では、効果をイメージできた。(生産システム革新)
- > 個々の学習を踏まえたグループ討議で様々な展開を考えた上での全体討論だったので、有意義な時間が過ごせた。(マーケティング)
- > 科目のバランスが良く、順も分かりやすかった。(マーケティング)
- > 別の研修では習得すべきツールや講義内などの分量が多く消化不良を起こしやすいのに対して、当セミナーは分量的に無理がない。(革新的組織マネジメント)
- > 全体討論の前のグループ討議で理解を深められたのが、非常に有意義だった。(革新的組織マネジメント)
- > 週末開催については、業務との両立をする上で、現状の形が理想的。(革新的組織マネジメント)

ケースメソッドの進め方

各科目は、ビジネス教育で効果が高い「ケースメソッド」を主たる教育方法として採用しています。参加者は、事前にケースと設問の配布を受け、それを元に事前自己学習を行ってから実際のセッションに臨みます。以下のような学習プロセスでプログラムは進行します。

1

事前個人研究

クラス出席前に、参加者各自が課題とされたケースを分析・検討して、主要な問題を明確化し、具体的な提案を準備する。



2

グループディスカッション

事前個人研究の成果を参加者が持ち寄り、少人数のグループで次の全体ディスカッションにつながる「議論のウォームアップ」を行ない、各自の問題意識を発展させる。



3

全体ディスカッション

講師のリードにより、参加者全員がさらにディスカッションを重ね、多数の参加者の意見を通して各自の問題発見力、問題の構造化能力、判断力、意思決定能力を養成する。



4

サマリー

講師によりケースから学ぶべきエッセンスの振り返りを行う。



このようなプロセスを実際の企業経営の事例をもとに作成されたKBSのケースを材料として繰り返し行うことによって、参加者はそのケースにおいてどこに問題があるかを見定め、その問題に関連する記述・資料を関係付けたり解釈する能力を養い、問題解決の具体的方策を考え提案するという、実践的な経営管理能力を育成することができます。また、グループディスカッションを通じ、全体討議だけでは得られない、参加者間のより深い交流が期待できます。

2010年度 週末集中セミナー (MDIP) 募集要項

コース名	第1回	第2回	第3回
経営戦略集中コース	2010年 4月10日(土)	4月17日(土)	4月24日(土)
生産システム革新集中コース	2010年 5月22日(土)	5月29日(土)	6月 5日(土)
マーケティング集中コース	2010年 11月27日(土)	12月 4日(土)	12月11日(土)
革新的組織マネジメント集中コース	2011年 2月19日(土)	2月26日(土)	3月 5日(土)

標準的時間割	※担当者により時間配分が変わることもございます。	
	9:00～10:00	参加者によるグループ討議(ケース1)
	10:10～11:40	講師のリードによる全体討論(ケース1)
	12:40～13:40	参加者によるグループ討議(ケース2)
	13:50～15:20	講師のリードによる全体討論(ケース2)
	15:30～17:00	講師によるレクチャー
受講料	1コース(3日間 9セッション) 138,600円(税込) ※賛助員1口につき1名様1割引 ※全8コース受講の場合、8コース目の受講料40,000円(税込)	
受講定員	各コース45名	
受講対象者	① 経営革新の担い手を目指し、特定分野の経営スキルやその根本にある考え方を集中して学びたい方 ② 経営教育の基本8分野の科目履修によりジェネラリストの視点を養成したい方 ※上記両対象分類(①②)共、企業における幹部候補の方を標準的対象者と想定しています。	
申込期限	経営戦略集中コース	2010年 3月 5日(金)まで
	生産システム革新集中コース	2010年 4月22日(木)まで
	マーケティング集中コース	2010年10月29日(金)まで
	革新的組織マネジメント集中コース	2011年 1月21日(金)まで
	※ただし、申込期限前でも、定員になり次第受付を締め切らせていただきます。	
申込方法	http://www.kbs.keio.ac.jp/executive/info.html よりお申し込みください。	
受講会場	慶應義塾大学ビジネス・スクール 〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4-1-1 日吉キャンパス協生館5F 東急東横線日吉駅より徒歩約1分(巻末地図参照)	

■ 手続きの流れ

お手続きの流れは以下の通りとなります。

なお、締め切り日を過ぎてセミナー参加をご希望される場合には、セミナー担当までご相談ください。

1	週末セミナー申込メールフォーム(http://www.kbs.keio.ac.jp/executive/info.html)に必要事項を記入し、参加申込をしてください。定員に達した時点で、それ以降の参加申し込みはキャンセル待ちとなります。
2	受講料請求書の送付(セミナー開講日約1ヶ月前にご指定の宛先にお送りします)
3	お振込み(セミナー開講約1ヶ月前)完了
4	入金確認後、セミナーのご案内と全教材をお送りします。(セミナー開講2～3週間前)
5	セミナー開講

個人情報の取り扱いについて

セミナー参加申し込みにあたって、お知らせいただいた氏名、住所その他の個人情報は、慶應義塾大学ビジネス・スクールにおきまして、①参加手続、②セミナー受講に関する管理、連絡および手続、③セミナー開催施設・設備利用に関する管理、連絡および手続、④本人および所属する企業(または機関等)に送付する各種書類の発送その他の連絡と、これに付随する事項を行うために利用します。上記の業務は、その一部の業務を慶應義塾大学ビジネス・スクールより当該業務の委託を受けた業者(以下、「受託業者」といいます)において行います。業務委託にあたり、受託業者に対して、受託した業務を遂行するために必要となる限度で、お知らせいただいた個人情報の全部または一部を提供することがあります。

慶應義塾大学ビジネス・スクールは、個人情報は原則として第三者に開示いたしません。ただし、法律上開示をすべき義務を負う場合や、受講生本人または第三者の生命/身体/財産その他の権利利益などを保護するために必要であると判断できる場合、その他緊急の必要があり個別の承諾を得ることができない場合には、例外的に本人または第三者の個人情報を開示することがあります。予めご了承ください。



経営戦略集中コース

経営戦略集中コースでは、経営者として、事業リーダーとして、さらにはスタッフとして、競争優位確立のためには何をどのように考えたらいいか、を明確にすることを目的とします。具体的には、企業のドメイン設定、企業レベルでの戦略、事業レベルでの競争戦略、戦略を実行する組織・仕組み、トップリーダーシップ、事業創造、ベンチャー事業経営、多角化戦略等、の様々な観点から、内外の代表的な企業の事例を用いて、ディスカッションします。

講師陣紹介



磯辺 剛彦

教授

1981年慶應義塾大学経済学部卒業。1981年株式会社井筒屋。1991年慶應義塾大学経営学修士。1996年慶應義塾大学経営学博士。1996年流通科学大学商学部助教授、1999年教授、2005年神戸大学経済経営研究所教授を経て、2007年慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授。この間、1997年スタンフォード大学ビジネススクールに客員研究員として留学。1999年中小企業研究奨励賞(商工総合研究所)、2004年Winner: Best Paper Awards, Asia Academy of Management Conference, 2006年Winner: Best Paper Awards, Asia Academy of Management Conference。

ISOBE, Takehiko



小林 喜一郎

教授

1980年慶應義塾大学経済学部卒業。1989年慶應義塾大学経営学修士(MBA)。1989年より1993年迄、(株)三菱総合研究所・経営コンサルティング部主任研究員。1996年慶應義塾大学経営学博士(Ph.D.)。1997年4月より、ハーバード大学ビジネススクールへ留学。2000年、慶應義塾大学大学院経営管理研究科助教授、2006年教授。2001年～2006年フランスReims Management School客員教授。

KOBAYASHI, Kiichiro



岡田 正大

准教授

1985年、早稲田大学政治経済学部政治学科卒業。(株)本田技研工業を経て、1993年慶應義塾大学経営学修士(MBA)。Arthur D. Little (Japan)を経て、米国Muse Associates社フェロー。1999年、オハイオ州立大学経営学Ph.D.を取得。2002年、慶應義塾大学大学院経営管理研究科助教授。

OKADA, Masahiro

第1回 2010年4月10日(土) / 担当: 小林喜一郎

レクチャー: 「経営戦略の構成要因」

■ ケース1: 「アイス・フィリ」

アイス・フィリの最高経営責任者アナトリ・シャマノフは、いくつかの根本的戦略問題に取り組んでいた。アイス・フィリはネスレに対し市場でのリードを維持できるのか、新たな小売チャンネルに投資すべきだろうか、どうすれば価格競争に巻き込まれずにすむのか、また激しい競争を乗り切るために必要な人材を確保するにはどうすればよいのか、等、市場構造を分析しつつあらゆる角度から競争戦略を策定するためのケース。

■ ケース2: 「ザラ: ファーストファッション」

本ケースでは、ZARAがいかにして従来の業界構造に挑戦し新たな競争ルールを構築すべくイノベーションを起こしてきたのか、選択と集中や持たざる経営が有利といわれる時代に何故あえて垂直統合を行うのか、等について、同社の財務データ分析に基づくコア能力分析、ヴァリューチェーン分析に基づく事業評価、等を行いながら、今後の同社の戦略を展望する。

第2回 2010年4月17日(土) / 担当: 磯辺剛彦

レクチャー: 「グローバル化と制度優位の戦略」

■ ケース1: 『ネットヨタウエスト兵庫株式会社』

低迷する業界において、ネットヨタウエスト兵庫は事業領域を新車販売からメンテナンス事業へ、それに伴ってビジネスモデルを従来の訪問型から来店型へ変更した。このケースでは、戦略の基礎となるポジショニング戦略と事業システムの競争優位について学ぶ。

■ ケース2: 『ザイアメター』

ダウ・コーニング社は、シリコン業界においてソリューションやコンサルティングを中心とした高付加価値製品によって業界リーダーのポジションを築いてきた。しかし、製品や技術のコモディティ化によって業績不振に陥り、低価格セグメントに対抗するために、インターネットを使った「ザイアメター」ブランドを立ち上げた。このケースでは、高付加価値型企業による低価格セグメントへの参入戦略について学ぶ。

第3回 2010年4月24日(土) / 担当: 岡田正大

レクチャー: 「持続的競争優位の源泉とは」

■ ケース1: 『グーグル: 創造性のマネジメント』

創業5年にして従業員数5000名超、時価総額約10兆円企業に成長した同社は、次々と創造的なサービスをユーザーに対して無料で提供しつづけることにより、主たる収入源である広告事業の規模をさらに増大させている。創造性をはぐくむ同社の組織マネジメント手法の根本原理は何なのか、それは日本企業に適用可能なのか。その模倣困難性のレベルを議論する。

■ ケース2: 『信越化学工業(要約版)』

信越化学は、総合化学大手が軒並み業績不振に苦しむ中、2002年度には8期連続で連結最高益を更新する。同社の創業以来の経営行動、取り巻く外部環境の変化、金川社長の経営哲学を記述している。持続的競争優位をもたらす源泉は何なのかを探る。

生産システム革新集中コース



生産システム革新集中コースでは、製品やサービスを供給するオペレーション活動に内在する主要な経営課題と意思決定問題について検討することを目的とします。具体的には、オペレーション改善と設備投資の考え方、垂直統合企業と水平分業企業のオペレーション上の強み・弱み、セル生産方式の効果と課題、改善活動のマネジメントと生産企業の体質強化などのトピックについて、具体的な企業事例を用いて、ディスカッションします。

講師陣紹介



河野 宏和

教授 / エーザイチャェアシップ基金教授 / ビジネス・スクール校長

1980年慶應義塾大学工学部管理工学科卒業、1982年大学院工学研究科修士課程、1987年博士課程修了、1991年工学博士の称号を受ける。1987年慶應義塾大学大学院経営管理研究科助手、1991年助教授、1998年教授となる。2009年10月より、慶應義塾大学大学院経営管理研究科委員長、慶應義塾大学ビジネス・スクール校長を務める。1991年7月より1年間、ハーバード大学ビジネス・スクールへ留学。PM賞審査委員、IEレビュー編集委員長。

KONO, Hirokazu



坂爪 裕

准教授

1989年慶應義塾大学文学部人間関係学科人間科学専攻卒業、アンダーセン・コンサルティング(現:アクセントチュア)、(株)さくら総合研究所(現:日本総合研究所)を経て、2001年京都産業大学経営学部専任講師。2004年より慶應義塾大学大学院経営管理研究科専任講師。2006年慶應義塾大学大学院経営管理研究科助教授。1995年慶應義塾大学経営学修士。2004年慶應義塾大学博士(経営学)。2006年度日本経営学会賞(論文部門)受賞。

SAKAZUME, Yu

第1回 2010年5月22日(土) / 担当: 坂爪裕

レクチャー: 「セル生産方式の編成原理」

■ ケース1: 『株式会社 東芝 ハードディスクドライブ事業の生産戦略』

東芝はHDD事業に関して、これまで2.5インチ以下のHDDに特化し、他社に先駆けて最高容量品を先行投入するリーディングエッジ戦略と呼ばれる戦略をとってきた。東芝はこの戦略を実行するため基幹部品を外部調達する水平分業型のビジネスを展開してきたが、ここにきて垂直統合型企業との競争を余儀なくされている。本ケースではこのような競争環境下での、今後の生産戦略について議論する。

■ ケース2: 『ソニー EMCS株式会社 美濃加茂テック(A)』

本ケースでは、ソニーイーエムシーエス(株)美濃加茂テックで行われてきた生産革新活動に焦点をあて、特に同社が導入したセル生産方式の導入効果・副作用・導入条件、及び導入時のマネジメント上の留意点について記述している。

第2回 2010年5月29日(土) / 担当: 河野宏和、坂爪裕

レクチャー: 「改善活動のマネジメント: ムダ発見の視点と考え方」(河野)

■ ケース1: 『株式会社 山武 -伊勢原工場・産業システム事業における改善活動のあゆみ-』

山武は1987年より全社的な改善活動を継続している。本ケースでは、特に産業システム製品を製造する伊勢原工場における改善経緯について詳細に記述しており、これをもとに、山武のこれまでの改善活動の成功要因と今後の課題について考える。

■ ケース2: 『KOA株式会社(A)』

抵抗器のメーカーである同社は、1980年代半ばから、KPSと呼ばれる改善改革活動を通じて企業内の様々なムダを省き、生産リードタイムの短縮に努めてきている。ケースでは、同社が進めてきた改善活動がいかなる経営成果を生みだしてきたかをレビューし、今後どのような改善改革活動を進めるべきかを議論する。

第3回 2010年6月5日(土) / 担当: 河野宏和

レクチャー: 「国内生産活性化に向けての視点: ビジョン・理念・こだわり」

■ ケース1: 『シチズン平和時計株式会社(A)』

同社は長野県飯田市において、高級腕時計の国内生産に取り組んでいる。同社の歩みと、設備のマイクロ化、人材のマイスター化を中心とした改善の歩みを整理し、今後の展望について議論する。

■ ケース2: 『鋼屋バイテック会社(NBK)』

岐阜県にある同社は、大口ロットの注文を断わり、少量多品種の金属加工でゆるやかに成長している。同社の経営戦略と生産システムの特徴から、成長の鍵となる要因を分析する。

マーケティング集中コース

マーケティング集中コースでは、マーケティング・ミックス（製品政策、価格政策、流通チャネル政策、コミュニケーション戦略）を中心としたマーケティング・マネジメントを討議します。主たる内容は、1) マーケティング・コンセプトおよびマーケティング・マネジメントの領域と特徴に関する理解、2) マーケティング環境分析、消費者行動分析、競争分析、経営資源分析、3) マーケティング戦略形成：企業目的の可及的達成を目標に、マーケティング・ミックスを、いかに総合的に組み合わせ、環境への創造的な適応を図るかを検討します。

講師陣紹介



池尾 恭一

IKEO, Kyoichi

教授 / 三菱チェアシップ基金教授

1973年慶應義塾大学商学部卒業、1975年大学院商学研究科修士課程修了、1978年博士課程修了。関西学院大学商学部専任講師、助教授を経て、1988年慶應義塾大学大学院経営管理研究科助教授、1994年教授となる。2005年10月同研究科委員長兼ビジネス・スクール校長に就任（2005-2009）。この間、1981年ペンシルバニア州立大学に、1988年ハーバード大学にそれぞれ客員研究員として留学。1991年商学博士の称号を受ける。日本消費者行動研究会会長（1998-1999）、日本商業学会副会長（2004-2006）、『マーケティング・ジャーナル』誌編集委員長（1999-）。



井上 哲浩

INOUE, Akihiro

教授

1987年関西学院大学商学部卒業、1989年同大学院商学研究科博士課程前期課程修了、92年同後期課程単位取得中退、1996年カリフォルニア大学ロサンゼルス校経営学博士（Ph.D.）。関西学院大学商学部専任講師、助教授、教授を経て、2006年慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授。



余田 拓郎

YODA, Takuro

教授

1984年東京大学工学部卒業。慶應義塾大学大学院経営管理研究科修了の後、名古屋市立大学経済学部専任講師、同学部助教授および慶應義塾大学大学院経営管理研究科助教授を経て、2007年同研究科教授。博士（経営学）

第1回 2010年11月27日(土) / 担当：井上哲浩

レクチャー：「価値創造のマーケティング戦略」

■ケース1：『トヨタはどうやってレクサスを創ったのか—プレミアム車開発とブランド・マーケティングの組織横展開—』

「日本発のプレミアム・ブランド」、レクサス。輸入車が優位な既存の高級車市場への参入という挑戦。高級の本質を追求し、最高の販売そしてサービスの達成が達成された過程を通じて、組織、技術そしてブランド・マネジメントの相互作用的マーケティング戦略のあり方を検討する。

■ケース2：『王子ネピア株式会社 - nepia 千のトイレプロジェクト -』

ティッシュボックスやトイレトーパーなど同質性が高く、マーケティング競争の激しい家庭紙業界にあり、王子ネピアは、その商品の売上の一部で、ユニセフの東ティモールにおける「水と衛生に関する支援活動」をサポートし、ユニセフへの寄付を通じて、1,000の家庭のトイレの建設と、15の学校のトイレの建設または修復を実施し、さらに衛生習慣の普及と定着のための活動を支援する、というプロジェクトを開始した。CRM (Cause Related Marketing) やCRMを考慮した新たなマーケティング戦略のあり方を検討する。

第2回 2010年12月4日(土) / 担当：余田拓郎

レクチャー：「流通とマーケティング戦略」

■ケース1：『佐藤製薬株式会社 — 一般用医薬品販売規制緩和 —』

従来より一般医薬品（大衆薬）を中心に事業展開を行ってきた佐藤製薬は、ドラッグ・ストア・チェーン企業や独立の薬局・薬店に対して直販ルートを基本に巧みに製品ライン政策やチャネル政策を実施してきた。しかし、1999年3月末に大衆薬の販売規制が一部緩和され、コンビニエンス・ストア・ルートへの販売も可能となった。本ケースは、同社の販売規制緩和に対応した製品ライン政策やチャネル政策をどう再構築するかを検討する。

■ケース2：『株式会社セブン・イレブン・ジャパン：マーケティング・イノベーション』

（株）セブン・イレブン・ジャパンは、2007年4月末現在、日本全国に11,733の店舗を展開するセブン・イレブン加盟店のフランチャイズ本部である。チェーン全店売上高は約2兆5千3百億円を超え、日本で最大の店舗数を持つとともに、大手コンビニエンスストアチェーンの中で一店舗あたりの販売額が63.9万円と最大である。本ケースでは、セブンイレブンの成長要因を探るとともに、将来に向けての課題を議論する。

第3回 2010年12月11日(土) / 担当：池尾恭一

レクチャー：「マーケティング革新とオープン型経営」

■ケース1：『株式会社一休：宿泊予約サイト』

ネット上で宿泊予約サービス提供サイトである一休.comは、高まる競争圧力のなかで、消費者や宿泊施設との間に、いかなる関係を築き、そして将来に向けてどのような成長戦略を描いていくかについて、決断を迫られていた。一休.comのマーケティング課題を通して、ネットビジネスにおけるマーケティング戦略のあり方を検討する。

■ケース2：『セイコーウォッチ株式会社』

一時は圧倒的な世界シェアを誇っていたながら、1980年代後半以降、スイスの時計メーカーであるスウォッチの台頭や機械式ウォッチの復権により、徐々にシェアを低下させてきたセイコーグループ・ウォッチ事業のマーケティング課題の検討を通して、技術やブランドと製品価値の関係、そしてブランド戦略のあり方を学ぶ。

革新的組織マネジメント集中コース

日本の組織構造とマネジメントシステムはこの10年で大きく変わりました。その流れの中で個人と組織の関係が今後どう変化するの考える時、双方の利益を満たす視点から、新しいマネジメントシステムが必要になります。本プログラムでは、リーダーシップ・人材のあり方、またキャリア形成の仕組みにフォーカスし、ケースを用いながら理論と実践の融合を考えます。

講師陣紹介



浅川 和宏

教授

ASAKAWA, Kazuhiro

1985年早稲田大学政治経済学部卒業、(株)日本興業銀行勤務を経て、1991年ハーバード大学ビジネス・スクール経営学修士(MBA)。1996年INSEAD経営学博士(Ph.D.)。1995年慶應義塾大学大学院経営管理研究科準専任講師。1997年助教授。2004年教授。同年MIT客員研究員。2005年より(独)経済産業研究所(RIETI)ファカルティ・フェロー。2009年米Global Strategy Journal 誌Associate Editor、Asia Pacific Journal of Management誌Senior Editor。



渡辺 直登

教授 / トヨタチェアシップ基金教授

WATANABE, Naotaka

1975年名古屋大学教育学部卒業。(株)東芝勤務を経て、1985年イリノイ大学大学院教育心理学研究科博士課程修了(Ph.D.)。南山大学経営学部助手・講師・助教授を経て、1998年慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授。経営行動科学学会会長(2002～2004年)、産業・組織心理学会理事、コミュニティ心理学会理事。



大藪 毅

専任講師

OYABU, Takeshi

1992年京都大学経済学部経済学科卒業。新日本製鐵株式会社を経て、1996年京都大学経済学修士。(社)関西国際産業関係研究所を経て、1997年よりロンドン・スクール・オブ・エコノミクス大学院産業関係学博士課程へ留学。1999年同校博士候補。2003年慶應義塾大学大学院経営管理研究科専任講師

第1回 2011年2月19日(土) / 担当：渡辺直登

レクチャー：「キャリア発達支援と人材育成」

■ケース1：『エベレスト電機 社内起業家 清水一郎氏と青山二郎氏の場合』

バブル経済崩壊後、日本の多くの大企業では「社内ベンチャー制度」を採用し中堅・シニア人材の再チャレンジを促進するとともに組織を活性化させる試みを行ってきた。企業戦略の遂行と人材の有効活用という両側面を追求するこの制度の効果を検証するとともに、更なる効果を生むための仕組みづくりについて討論する。

■ケース2：『メンタリング・プログラムと企業(3)』

ここ15年くらいの間に欧米各国で急速に普及したメンタリング・プログラムの歴史・理論・実際について知り、その特徴と課題について考える。また、企業の人材育成のみならず、専門職の養成、企業の社会貢献活動に実際に応用している3つのケースを題材に、メンタリング・プログラムの日本への適用可能性について考える。

第2回 2011年2月26日(土) / 担当：大藪毅

レクチャー：「人的資源管理の概要」

企業経営において、HRM・雇用システムほど時代の変化を反映する分野も少ない。これまでの日本企業のHRM・雇用の流れとその背景について概観し、その中で重要な論点について解説する。

■ケース1：『ABCコンサルティング株式会社(B)』

外資系コンサルティングファームに勤務する2人の対照的なキャリアを比較し、その分岐点はどこにあるのか分析する。またそれに会社・マネージャーはどう関わっていけばよいのか、組織のHRMのあり方についても考察する。

■ケース2：『なぜ会社を辞めるのか?』

近時よく見聞きする、日本企業から外資系企業への転職、中堅管理職と若手社員の軋轢についての2つのトラブルを分析する。それらを通じ、さらに職場における働き方と人事管理のメカニズムについて、公式承認モデルと柔軟貸借モデルを用いて理論的に検討する。

第3回 2011年3月5日(土) / 担当：浅川和宏

レクチャー：「グローバル・イノベーションと組織戦略」

■ケース1：『ヒューレット・パッカート：シンガポール(A)』

ヒューレット・パッカートがその研究開発拠点をシンガポールに移していく際に直面する諸問題とその対応を考察する。本ケースには、国際R&Dマネジメント及びグローバル・イノベーションの際の経営管理上の数々の 이슈が含まれている。

■ケース2：『ルノー・日産 グローバル・アライアンスの構造』

フランスのルノーと日本の日産という一見意外な組み合わせの両社がいかに相互に関心を抱き、短期間のうちに戦略的提携の締結にまで至ったのか。両者双方の立場から本提携形成過程における課題と成功要因について考察する。