

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 2credits (Spring)
Asia Business Field Study

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の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、韓国ソウルで行う。対象企業は検討中であるが、3年前はハイテク・メディアであった。韓国ソウルでのフィールド期間は、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:

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。

担当教員から履修者へのコメント:

3月4日の授業説明会後、参加希望者は小幡までメールをすること。選抜を行う。3月6日夜までにメールを送ること。

seki@kbs.keio.ac.jp

アントルプレナー戦略 2単位(1学期)

ENTREPRENEURIAL STRATEGY 2credits (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 |

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 2credits (Spring)

—グローバル戦略とラグジュアリービジネス

DKB KBS チェアシップ基金寄附講座

—Entrepreneurship: Global strategy and luxury business

特任教授(非常勤) サム, アシヨック

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.

Course Description:

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

Course Plan

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'Oréal Masters Multiculturalism. Harvard Business Review.

Session 13&14: Organizational Restructuring and Re-design
Reading:

1. Chapter 13: Luxury Business Models. Kapferer & Bastien
 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 & Bastien

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%
- Method of Evaluation:
- 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
Textbooks:
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 2credits (Spring)
Business Economics

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。

Course Description:

This course applies microeconomics and econometrics to business behaviors, market competition, and other related issues. In commanding view of the existing literature, we focus on analysis on firm, market, and industry. In using data, we exercise statistical and econometric methods for these issues.

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

Course Plan

- 1 Microeconomics Monopoly
Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.10
- 2 Data Analysis
Hoel Elementary Statistics Ch.1-2
- 3 Microeconomics Pricing
Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.11
- 4 Statistics Probability
Hoel Elementary Statistics Ch.3-4
- 5 Microeconomics, Oligopoly
Pindyck Rubinfeld Microeconomcis Ch.12
- 6 Statistics Probability
Hoel Elementary Statistics Ch.5-6
- 7 Microeconomics Game

Pindyck Rubinfeld Microeconomics Ch.13
8 Statistics Estimation
Hoel Elementary Statistics Ch.7
9 Microeconomics Factor market
Pindyck Rubinfeld Microeconomics Ch.14
10 Statistics Test
Hoel Elementary Statistics Ch.8
11 Microeconomics Investment
Pindyck Rubinfeld Microeconomics Ch.15
12 Statistics Regression
Hoel Elementary Statistics Ch.9
13 Microeconomics General Equilibrium
Pindyck Rubinfeld Microeconomics Ch.16
14 Statistics Regression
Hoel Elementary Statistics Ch.9
15. Microeconomics Information
Pindyck Rubinfeld Microeconomics Ch.17
16 Statistics Regression
Hoel Elementary Statistics Ch.9
17 Microeconomics Externalities
Pindyck Rubinfeld Microeconomics Ch.18
18 Statistics Regression
Hoel Elementary Statistics Ch.9
19-20 Students Presentation
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)

Method of Evaluation:
Class participation 40%
Homework and report 60 % (Group work is allowed upon consultation with instructors)

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.

Textbooks:
Pindyck and Rubinfeld Microeconomics 8/e, 2012 Pearson
Paul G. Hoel, Elementary Statistics, 1976, (Wiley Series in Probability and Statistics - Applied Probability and Statistics Section) 4th Edition

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
Questions/Comments:
After class or by e-mail appointment

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 2credits (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応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。

参考書:
草野耕一(2011)『会社法の正義』(商事法務)

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エ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機会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。

技術戦略の経済学 2単位(1学期) ECONOMICS OF TECHNOLOGY MANAGEMENT 2credits (Spring)

Economics of Technology Management

教授 姉川 知史

授業科目の内容:

次の目的で科目を実施する。
第1に、経営学系学生、理学・工学・医療系学生が、技術マネジメントに関する「俯瞰的展望」を得ることを目的とする。手法としては、経済学とマネジメントを技術に応用することを強調する。第2に、大企業、中小企業、大学等における技術マネジメントの実例を通して、問題を整理し、実際に直面する課題を明らかにする。
教育手法としては、ケース・メソッド、講義メソッド、プロジェクトを併用する。さらに施設見学、見本市見学、外部専門家講演などを付加する。

- 本科目は次の視点を強調する。
1. 技術・イノベーション・マネジメント
技術・イノベーションのマネジメントはどうあるべきか。
そのマネジメント手法の内容は何か。その限界は何か。
経営における技術・イノベーションの役割はいかなるものか。
 2. 技術の社会的展望
技術・イノベーションは経済、社会、企業、政治とどう関係するか。

日本経済の過去15年の停滞と、技術・イノベーションはどのように関係するであろうか。

グローバル化と技術・イノベーションの関係はいかなるものか。

経済成長、環境、安全、食料、エネルギー、医療等における国際的課題はいかなるものか。

3. 技術と経営教育

技術・イノベーションのマネジメント教育はどうあるべきか。

日本の技術者に対するマネジメント教育の課題は何か。

技術・イノベーションとマネジメントとを統合する教育のあり方はいかにあるべきか。

4. ITとイノベーション、日本の経営の後退

5. 震災後の社会像と技術

通常の科目内容に加え、東日本大震災が提起した社会と技術のマネジメントを題材も扱う。

- 巨大自然災害と防災－リスク管理、危機管理
- エネルギー、環境、原子力発電
- 日本の技術の課題－技術者の倫理と精神

Course Description:

This course overviews technology management for master level students of business, science and technology, and medicine. This focuses on the following topics.

1. Technology and innovation management
2. Technology in global perspectives
3. Technology and management education
4. IT and innovation, fall of Japanese high-tech industry
5. Behavior and ethics of engineers and risk management

授業の計画:

<本システムは学年途中の修正ができません。実際の授業内容は変更の可能性があります、講師の指示する最新版を参照してください。>
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。
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 オリエンテーション 技術と教育

ドラッカー、クリステンセン、オルテガ、MOT各種資料

3-4 大企業における新規事業開発

事例 3Mオプティカル・システムズ：企業内起業家精神の管理

5-6 学生のProject課題選択

7-8 衰退産業における新規事業開発

事例 岐路に立つソーコア

9-10 中小企業の課題 各種資料

11-12 知的財産権と企業経営

事例 Kodak and the Digital Revolution (A) 各種資料

13-14 日本産業の衰退

事例 「日本エレクトロニクス産業の凋落」 各種資料

15-16 ITの役割 各種資料

17-18 品質・リスク管理

事例 「トヨタリコール危機」各種資料

19-20 学生プロジェクト発表

なお、補講として7月29, 30, 31日に実施予定のSeminar on Project & Program Management, 田中弘講師の3日間集中英語セミナーの講義部分参加を予定する。

Course Plan

For detailed and updated information, please refer to the following sources.

- a. For KBS students, outline in KBS HP
- b. Keio JP Class Support or Instructor's HP <http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>

1-2 Orientation various documents

3-4 Large scale firm's innovation, case 3M Optical Systems

5-6 Students' project formation

7-8 Innovation in declining industry, case Nucor at cross-raod

9-10 Small scale firms' innovation

11-12 Intellectual property rights, case Kodak and the Digital Revolution (A) various

13-14 Fall of Japanese electronic industry

15-16 Role of IT

17-18 Quality and risk management, case Toyota Recall Crisis

19-20 Students' presentation

Students are advised to participate in lecture part of July 29-31 Seminar on Project & Program Management by Professor Hiroshi Tanaka.

成績評価方法:

授業参加50%

レポート課題50%

レポート課題は個人の読書レポート(経営学の古典1冊を課題図書とする予定)

ならびに学生のプロジェクトレポートの2種類

Method of Evaluation:

Class participation 50%

Report 50%

参考書:

多数あり、HPにて詳細を指示

Reference Books:

Various

担当教員から履修者へのコメント:

KBSセミナー、田中弘講師「Project & Program Management for the Grand Design Seminar」7月29日-31日の「3日間セミナー、Project and Program Management Seminar for the Grand Design」の履修を薦める。これはProject & Program Managementの導入セミナーで、履修認定が別途行われる。

質問・相談:

授業後、あるいは講師にe-mailで質問のこと。

Questions/Comments:

after class or e-mail appointment

グローバル・イノベーション 2単位(1学期)

GLOBAL INNOVATION 2credits (Spring)

Managing Global Innovation

(Language of instruction: English)

Managing Global Innovation

(Language of instruction: English)

教授 浅川 和宏

授業科目の内容:

This course focuses on the global aspect of innovation management, and provides major frameworks for analyzing the way multinational corporations (MNCs) build, integrate, and leverage capabilities around the world. The course is designed to offer the state-of-the-art concepts, ideas, and practical insights into the complex world of global innovation. We cover a wide range of topics on global innovation management through extensive reading of books, research articles, and cases on the related subject. Class discussions will be based on lectures, readings, and case analysis on the MNCs that are active in global innovation. The entire discussion will be conducted in English.

Course Description:

This course focuses on the global aspect of innovation management, and provides major frameworks for analyzing the way multinational corporations (MNCs) build, integrate, and leverage capabilities around the world. The course is designed to offer the state-of-the-art concepts, ideas, and practical insights into the complex world of global innovation. We cover a wide range of topics on global innovation management through extensive reading of books, research articles, and cases on the related subject. Class discussions will be based on lectures, readings, and case analysis on the MNCs that are active in global innovation. The entire discussion will be conducted in English.

授業の計画:

SESSION 1

Topic: Managing The Innovation Challenge

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 1

Mini Case (included in Chapter 1):

Tata Communications: A globally integrated model

Background Reading on Theory and Concept: Reverse knowledge flow

Ambos, T., Ambos, B. and Schlegelmilch, B. 2006. Learning from foreign subsidiaries:

An empirical investigation of headquarters' benefits from reverse knowledge

transfers. *International Business Review*, 15: 294-312.

SESSION 2

Topic: Optimizing the Footprint of Global Innovation

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 2

Mini Case (included in Chapter 2):

HP Labs India: Experimenting via Immersion in a New Context

Snecma: Foraying via expeditions

Nokia: Attracting Leading-edge research

Background Reading on Theory and Concept: Subsidiary initiative

Birkinshaw, Hood and Jonsson (1998). Building firm-specific advantages in

multinational corporations: the role of subsidiary initiative, *SMJ* 19(3).

SESSION 3

Topic: How a Site Creates Value and Why the Size of the Network Matters

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 3

Mini Case (Included in Chapter 3):

John F. Welch Technology Center: From substitution to complementarity in India

Novartis institute for Tropical Diseases: Learning from a new location

Fuji Xerox: From market access joint venture to key innovation hub

Background Reading on Theory and Concept: Sourcing local knowledge

Song, J. and J. Shin (2008). The paradox of technological capabilities: A study of

knowledge sourcing from host countries of overseas R&D operations. *Journal*

of *International Business Studies*, 39(2): 291-303..

Song, J., Asakawa, K. and Chu, Y. 2011. What determines knowledge sourcing from

host locations of overseas R&D operations? *Research Policy* 40(4).

SESSION 4

[Part 1] Topic: The Barriers to Integration for Global Innovation

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 4

Mini Case: No case assigned

Background Reading on Theory and Concept: Stickiness of knowledge
Szulanski, G. (1996) Exploring internal stickiness. *Strategic Management Journal*

17:27-43.

Background Reading on Theory and Concept: Social capital and MNC

Tsai, W. and S. Ghoshal (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm

networks. *Academy of Management Journal* 41(4).

[Part 2] Topic: Improving Receptivity and Communication

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 5

Mini Case (included in Chapter 5):

Xerox: From a culture of secrecy to open knowledge sharing and reuse

Synopsys: Connecting dispersed teams

Siemens: DFSS, a tool to impose a common language

GSK Affymax: An approach for integrating complex knowledge

Background Reading on Theory and Concept: Communication within MNC

Ghoshal, S., Korine, H. & Szulanski, G. (1994) Interunit communication in

multinational corporations. *Management Science*, 40(1): 96-110.

SESSION 5

Topic: Organizing for Global Innovation Projects

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 6

Mini Case (included in Chapter 6):

Apcantes: A troubled global project

ATV-71: A successful dispersed project

Sapphire: A strong project management delivering success

Background Reading on Theory and Concept: Managing R&D collaborations

Un, A., A. Cuervo-Cazzura, and K. Asakawa (2010) "R&D collaborations and product

innovation" *Journal of Product Innovation Management*, 27(5):

673-689.

Un, A. and K. Asakawa, (2015) Types of R&D collaborations and process innovation

Journal of Product Innovation Management, 32(1): 138-153.

Asakawa, K., Nakamura, H. and Sawada, N. (2010) "Firms' open innovation policies,

laboratories' external collaborations, and laboratories' R&D performance"

R&D Management, 40(2): 109-123.

SESSION 6

[Part 1] Topic: Managing Collaborative Innovation

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 7

Mini Case (included in Chapter 7):

IBM's collaboratories

Boeing: From Dreamliner to nightmare project

Pixtech: From great potential to downfall

Intel: Building the WIMAX innovation ecosystem

Background Reading on Theory and Concept: Open Innovation

Ham, S. (2009) Big Blue's global lab. *Business Week*, 9/7: 40-45.

L. Huston & N. Sakkab, "Connect & develop: Inside Procter & Gamble's New Model for

Innovation" *Harvard Business Review* 84-3 (March 2006):

58-66.

Huston & Sakkab (2007) Implementing open innovation. *Research Technology*

Management, March-April: 21-25.

[Part 2] Topic: Managing Globally Integrated Innovation

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 8

Mini Case: No case assigned

Background Reading on Theory and Concept: Innovation in Emerging Countries

Li, J. and Kozhikode, K. 2009. Developing new innovation models: Shifts in the

innovation landscapes in emerging economies and implications

for global R&D

management. *Journal of International Management*, 15: 328-339.

Asakawa, K. and Som, A. (2008) Internationalization of R&D in China and India:

Conventional wisdom versus reality. *Asia Pacific Journal of*

Management

SESSION 7

Topic: Strategic Innovation: New Game Strategies for Competitive Advantage

Core Reading: Afuah (2009) Chapter 1 Introduction and Overview pp3-34.

Mini Case (Included in Afuah 2009):

The New World Invades France's Terroir (373-376)

Sephora Takes on America (377-421)

IKEA lands in the new world (417-421)

Nintendo Wii: A Game Changing Move (442-446)

SESSION 8

[Part 1] Topic: Globalization and New Games

Core Reading: Afuah (2009) Chapter 9. Globalization and New Games pp. 223-251.

[Part 2] Topic: Reviewing session and Q&As

SESSION 9

Wrap-up Session

Presentations by Students

Course Plan

SESSION 1

Topic: Managing The Innovation Challenge

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 1

Mini Case (included in Chapter 1):

Tata Communications: A globally integrated model

Background Reading on Theory and Concept: Reverse knowledge flow
Ambos, T., Ambos, B. and Schlegelmilch, B. 2006. Learning from foreign subsidiaries:

An empirical investigation of headquarters' benefits from reverse knowledge transfers. *International Business Review*, 15: 294-312.

SESSION 2

Topic: Optimizing the Footprint of Global Innovation

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 2

Mini Case (included in Chapter 2):

HP Labs India: Experimenting via Immersion in a New Context

Snecma: Foraying via expeditions

Nokia: Attracting Leading-edge research

Background Reading on Theory and Concept: Subsidiary initiative
Birkinshaw, Hood and Jonsson (1998). Building firm-specific advantages in multinational corporations: the role of subsidiary initiative, *SMJ* 19(3).

SESSION 3

Topic: How a Site Creates Value and Why the Size of the Network Matters

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 3

Mini Case (Included in Chapter 3):

John F. Welch Technology Center: From substitution to complementarity in India

Novartis institute for Tropical Diseases: Learning from a new location

Fuji Xerox: From market access joint venture to key innovation hub

Background Reading on Theory and Concept: Sourcing local knowledge
Song, J. and J. Shin (2008). The paradox of technological capabilities: A study of

knowledge sourcing from host countries of overseas R&D operations. *Journal of International Business Studies*, 39(2): 291-303..

Song, J., Asakawa, K. and Chu, Y. 2011. What determines knowledge sourcing from

host locations of overseas R&D operations? *Research Policy* 40(4).

SESSION 4

[Part 1] Topic: The Barriers to Integration for Global Innovation

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 4

Mini Case: No case assigned

Background Reading on Theory and Concept: Stickiness of knowledge
Szulanski, G. (1996) Exploring internal stickiness. *Strategic Management Journal*

17:27-43.

Background Reading on Theory and Concept: Social capital and MNC

Tsai, W. and S. Ghoshal (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm

networks. *Academy of Management Journal* 41(4).

[Part 2] Topic: Improving Receptivity and Communication

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 5

Mini Case (included in Chapter 5):

Xerox: From a culture of secrecy to open knowledge sharing and reuse

Synopsys: Connecting dispersed teams

Siemens: DFSS, a tool to impose a common language

GSK Affymax: An approach for integrating complex knowledge

Background Reading on Theory and Concept: Communication within MNC

Ghoshal, S., Korine, H. & Szulanski, G. (1994) Interunit communication in

multinational corporations. *Management Science*, 40(1): 96-110.

SESSION 5

Topic: Organizing for Global Innovation Projects

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 6

Mini Case (included in Chapter 6):

Apcantes: A troubled global project

ATV-71: A successful dispersed project

Sapphire: A strong project management delivering success

Background Reading on Theory and Concept: Managing R&D collaborations

Un, A., A. Cuervo-Cazzura, and K. Asakawa (2010) "R&D collaborations and product

innovation" *Journal of Product Innovation Management*, 27(5): 673-689.

Un, A. and K. Asakawa, (2015) Types of R&D collaborations and process innovation

Journal of Product Innovation Management, 32(1): 138-153.

Asakawa, K., Nakamura, H. and Sawada, N. (2010) "Firms' open innovation policies,

laboratories' external collaborations, and laboratories' R&D performance" *R&D Management*, 40(2): 109-123.

SESSION 6

[Part 1] Topic: Managing Collaborative Innovation

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 7

Mini Case (included in Chapter 7):

IBM's collaboratories

Boeing: From Dreamliner to nightmare project

Pixtech: From great potential to downfall

Intel: Building the WIMAX innovation ecosystem

Background Reading on Theory and Concept: Open Innovation

Ham, S. (2009) Big Blue's global lab. *Business Week*, 9/7: 40-45.

L. Huston & N. Sakkab, "Connect & develop: Inside Procter & Gamble's New Model for

Innovation" *Harvard Business Review* 84-3 (March 2006):

58-66.

Huston & Sakkab (2007) Implementing open innovation. *Research Technology*

Management, March-April: 21-25.

[Part 2] Topic: Managing Globally Integrated Innovation

Core reading: Doz and Wilson (2012) Chapter 8

Mini Case: No case assigned

Background Reading on Theory and Concept: Innovation in Emerging Countries

Li, J. and Kozhikode, K. 2009. Developing new innovation models: Shifts in the

innovation landscapes in emerging economies and implications for global R&D management. *Journal of International Management*, 15: 328-339.
Asakawa, K. and Som, A. (2008) Internationalization of R&D in China and India: Conventional wisdom versus reality. *Asia Pacific Journal of Management*

SESSION 7

Topic: Strategic Innovation: New Game Strategies for Competitive Advantage
Core Reading: Afuah (2009) Chapter 1 Introduction and Overview pp3-34.
Mini Case (Included in Afuah 2009):
The New World Invades France's Terroir (373-376)
Sephora Takes on America (377-421)
IKEA lands in the new world (417-421)
Nintendo Wii: A Game Changing Move (442-446)

SESSION 8

[Part 1] Topic: Globalization and New Games
Core Reading: Afuah (2009) Chapter 9. Globalization and New Games pp. 223-251.

[Part 2] Topic: Reviewing session and Q&As

SESSION 9

Wrap-up Session
Presentations by Students
成績評価方法:
Class participation 60%; Individual assignment* 40%

*The individual assignment consists of a concise write-up addressing the main challenge for any company of your choice. The write-up should be 2 pages, (single-spaced) action oriented, logically built executive summaries of your recommendations to the company. The term paper should be written in English language. Assignments are due on the day of the last session. No late submission will be accepted.

Method of Evaluation:
Class participation 60%; Individual assignment* 40%

*The individual assignment consists of a concise write-up addressing the main challenge for any company of your choice. The write-up should be 2 pages, (single-spaced) action oriented, logically built executive summaries of your recommendations to the company. The term paper should be written in English language. Assignments are due on the day of the last session. No late submission will be accepted.

テキスト(教科書):

Doz, Y. and Wilson, K. (2012) *Managing Global Innovation: Frameworks for Integrating Capabilities Around the World*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.

Textbooks:

Doz, Y. and Wilson, K. (2012) *Managing Global Innovation: Frameworks for Integrating Capabilities Around the World*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.

参考書:

Doz, Y., Santos, J. and Williamson, P. (2001). *From Global to Metanational: How Companies Win in the Knowledge Economy*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.

Afuah, A. (2009) *Strategic Innovation: New Game Strategies for Competitive Advantage*, Routledge.

浅川和宏 (2003) 『グローバル経営入門』(日本経済新聞社)

Reference Books:

Doz, Y., Santos, J. and Williamson, P. (2001). *From Global to Metanational: How Companies Win in the Knowledge Economy*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.

Afuah, A. (2009) *Strategic Innovation: New Game Strategies for Competitive Advantage*, Routledge.

浅川和宏 (2003) 『グローバル経営入門』(日本経済新聞社)

担当教員から履修者へのコメント:

本科目における講義、議論、発表は全て英語で行われるが、基礎的概念、理論の解説はできるだけ丁寧かつ平易に行う予定である。

Lecturer's Comments to Students:

The entire discussion will be conducted in English.

グローバルフィールド研究 2単位(1学期)

GLOBAL FIELD STUDY 2credits (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。

Course Description:

In this course, students are expected to explore business chances through field survey outside Japan.

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

第二日目から五日目 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)

Course Plan

Day 1: Introduction/Group work

Day 2 - 5: Group work/lecture

July - August: Field survey

成績評価方法:

授業参加ならびにレポート提出

Method of Evaluation:

Assessment is based on class participation and final report (PPT file).

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 2credits (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」にしかならない。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。

Course Description:

Since the law comes to have significance when it is considered along with the relation with the society, it is meaningless to study a theory, precedent and doctrine as a classroom lecture in a situation separated from the real society. Particularly, when students study laws as a learning to become an executive or senior business person, they should always, concretely, be conscious of not only laws, but also the relation of laws with the economy or other various social situations including accounting and tax; otherwise, the study will become "useless intelligence". Thus, in this class, with the prospect that graduates will participate in the management in central positions in companies (e.g. becoming a director, officer, or working at a strategic division such as a corporate planning division, of a large and/or listed company, or starting a venture business as an entrepreneur after graduation and aiming IPO in the future), students will study the basis of various laws, mainly Companies Act which is necessary for corporate management first, and then study accounting, tax, personnel policy, capital policy, IPO and other various matters necessary for the management and/or business strategy which need to be known to those who will be a central position in listed companies practically by referring to the relation with laws concretely so that this lecture will not become a mere abstract classroom lecture.

When necessary, the class will invite experts having professional expertise in the special field of laws or other fields and the lecture will be given together with the lectures by those experts.

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

Course Plan

- 1, 2 General
- 3, 4 Start-up
- 5, 6 Business Planning
- 7, 8 Human Resource and Labor
- 9, 10 Intellectual Property
- 11, 12 Finance
- 13, 14 Listing
- 15, 16 Accounting and Tax
- 17, 18 Corporate Strategy as Listed Company

成績評価方法:

レポートの内容をみて、評価する。

Method of Evaluation:

Evaluation will be made based on the reports submitted by students.

経営戦略の研究手法 2単位(1学期)

RESEARCH METHODS OF STRATEGIC MANAGEMENT

2credits (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。

Course Description:

The objective is to study the top-class academic research on strategic management. In addition students learn the research design and statistical technique of social science.

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

Course Plan

- 1. Introduction / Information gathering
- 2. Reading of distinctive papers on strategic management
- 3. Good paper and Bad paper
- 4. Research design
- 5. SPSS
- 6. Quantitative research
- 7. Qualitative research
- 8. Group work (data on entry strategy into China)
- 9. Group presentation

Report: Questionnaire survey

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%)

Method of Evaluation:

Attendance (20%)

Individual contribution (30%)

Group presentation (20%)

Report (30%)

経済性分析 2単位(1学期)

ECONOMIC ANALYSIS FOR MANAGEMENT DECISIONS

2credits (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、多岐に適用可能である。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。

Course Description:

This course deals with methods for evaluating profitability and safety of economic investment proposals. The methods in this area have been developed under the name of engineering economy. The course covers various methods for economically evaluating investment proposals from the viewpoints of net profit, payback period, and internal rate of return.

Methods for investigating future risk inherent to investment proposals are also discussed with practical examples.

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 2credits(Spring)

Economic Theory I (Microeconomics)

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『ビンダイク&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。

Course Description:

To provide students with introduction of microeconomics. Those who have no previous experience of microeconomics are strongly advised to take this course.

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

Course Plan

For detailed and the latest information, please look at the following sources.

a. KBS students KBS HP and Keio JP HP class support.

b. Instructor's HP <http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>

1-3 Introduction, Pindyck and Rubinfeld, Microeconomics, Prices and Market Ch.1,2

4-7 Pindyck and Rubinfeld, Microeconomics, Consumer Behaviors and Uncertainty Ch.3-5

8-14 Pindyck and Rubinfeld, Microeconomics, Production, Cost, Market Ch. 6-12

15-20 Pindyck and Rubinfeld, Microeconomics, Monopoly, Game Theory, and Environment, Ch.13-18

成績評価方法:

授業参加, 中間試験, 期末試験

Method of Evaluation:

Class participation, exams

テキスト(教科書):

Pindyck and Rubinfeld, Microeconomics 8/e, Pearson, 2012. あるいはビンダイク・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。

Textbooks:

Pindyck and Rubinfeld, Microeconomics 8/e, Pearson, 2012.

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I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。

Lecturer's Comments to Students:

This is a "must take" course for students who have no previous study of microeconomics. Almost all MBA program establish Microeconomics, Macroeconomics, and Statistics as basic required courses.

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してほしい。

Questions/Comments:

After class or e-mail appointment.

集中企業研究 2単位(1学期)

INTENSIVE CORPORATE ANALYSIS 2credits (Spring)

なぜコダックは潰れ富士フイルムは生き残ったのか?

Why did Kodak go to bankruptcy and why was Fujifilm survived?

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、富士フイルムです。実際に企業に訪問し取締役執行役員経営企画部長の助野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されます。授業の最後に助野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。

Course Description:

Purpose: This purpose of this course is to educate top management.

Approach: We pick up one company and analyze deeply. We pick up Fujifilm Corporation this year. We will see Mr. Sukeno to discuss Fujifilm's corporate culture and strategy. Also we will discuss management issues and so on. We will see this class as a project management.

Detail: This course includes three components. First step is to make sure the approach of analysis. Second step is analysis and interview to Mr. Sukeno. Last step is to perform demonstration lesson.

Expectation to members of this class: I welcome a person who would like to make commitment to create corporate values.

授業の計画:

第1回(4月8日): はじめにと準備①

第2回(4月15日): 準備②

第3回(4月22日): ヒアリング①オープンイノベーションハブ

第4回(5月6日): ヒアリング②助野様

第5回(5月13日): ヒアリング③30代の社員の方

第6回(5月20日): 教育授業へ向けた準備①

第7回(5月27日): 教育授業へ向けた準備②

第8回(6月3日): 助野様への中間報告

第9回(6月10日): 教育授業へ向けた準備③

第10回(6月17日): 作成ケースを用いた教育授業

第11回(6月24日): 作成ケースのアップデート

Course Plan

No.1(4/8): Introduction and preparation①

No.2(4/15): Preparation②

No.3(4/22): Hearing① at Open Innovation Hub

No.4(5/6): Hearing② with Mr.Sukeno

No.5(5/13): Hearing③ with Fujifilm's younger generation employees

No.6(5/20): Preparation for the Open class①

No.7(5/27): Preparation for the Open class②

No.8(6/3): Interim presentation to Mr.Sukeno

No.9(6/10): Preparation for the Open class③

No.10(6/17): The Open class

No.11(6/24): Case update

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。

Method of Evaluation:

Attendance to classes, remarks and contribution to classes are evaluated.

テキスト(教科書):

なし

Textbooks:

N/A

参考書:

古森重隆 『魂の経営』 (東洋経済新報社)

古森重隆 『君はどう生きるのか』 (三笠書房)

Reference Books:

Sgigetaka Komori "Soul management" (Toyo Keizai Inc.)

Shiegetaka Komori "How are you living?" (Mikasa Shobo Co., Ltd.)

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8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)、昨年は日本レーザーです。

今年の授業は、富士フイルムを取り上げます。大企業でどのように新陳代謝を効かせていくの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。

Lecturer's Comments to Students:

This is 8th year. In the past, the followings are companies we studied.

OMRON Corporation

BALS Corporation

Aoyama Flower Market

Cell phone business at Panasonic

Tamachi Corporation

nendo

Japan Laser Corporation

This year, we will study Fujifilm. We will study how a large company circularizes its business units.

新事業創造体験 2単位(1学期)

NEW BUSINESS PLANNING AND DEVELOPMENT

2credits (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。

Course Description:

【Goal of this course】

Goal of this course is to bring up leaders who can launch startups or design, plan, and execute innovative new business in their organization such as large companies.

As a founder of entrepreneurial business and new business development leader in large company, human resources who can manage innovation and commercialization are expected.

In this course we learn strategy planning ability to create new business through the research of new business (success case / failure case) and new business planning. In addition, we learn the frameworks to do with challenges in actual new business development and how to overcome the problems.

In the skill development aspect, approach to promote leadership, entrepreneurship, strategy planning ability, integrated ability of business development, corporate financial management, flexible and speedy business operation etc. is provided.

【Learning area】

We learn essential skills to make a new business plan and trial experience of new business development through field work.

Students themselves make business plan by their hand so that they can obtain practically useful skill in real new business launch.

Class is consist of (1)Lecture and case discussion, (2)Real case by guest speakers, and (3)Business planning, field research and presentation.

授業の計画:

- 第1回 イントロダクション／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 アクションプランと定量化
- 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 新事業創造とアライアンス
- 第10回 最終ビジネスプラン発表

Course Plan

1. Introduction / Business opportunity finding
2. Making business concept
3. Presentation of business concept
4. Business planning process
5. Marketing strategy of new business
6. Action plan and quantification
7. Financing / Equity finance plan
8. Growth strategy and milestone
9. New business creation and alliance
10. Final business plan presentation

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%

Method of Evaluation:

1. Class participation and contribution 25%
2. Evaluation of business plan (personal work and group work) 50%
3. Evaluation of field work 25%

テキスト(教科書):

指定なし

Textbooks:

Not designated.

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・ピニユール (著), 小山 龍介 (翻訳)

Reference Books:

“The Four Steps to the Epiphany” Steve Blank

“Getting to Plan B” John Mullins, Randy Komisar

“Crossing the Chasm” Geoffrey A. Moore

“Business Model Generation” Alexander Osterwalder, Yves Pigneur

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

Lecturer's Comments to Students:

Lecturer expect that students take initiative to make business plan and to execute field work. Students who are planning to launch their startups and in charge of new business in the company are welcomed.

Expected students are shown as follows;

- ・ Students who have a practical startups plan and vision to launch their startups in the future and will brush up their plans in this class.
- ・ Students who want to learn about framework of new business development.
- ・ Students who are willing to learn how to evaluate new business by venture capital and financial institute side.

生産マネジメント 2単位(1学期)

MANAGEMENT OF PRODUCTION 2credits (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て、ケース討議と専門書の輪読を組み合わせて、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。

Course Description:

This course focuses on management policy and practice of middle management at manufacturing companies in Japan.

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ージャの役割

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

Course Plan

TBA

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。

Method of Evaluation:

TBA

戦略コンサルティング 2単位(1学期)

STRATEGIC CONSULTING 2credits (Spring)

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。全回教の出席を必須とし、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。

Course Description:

We invite professional consultants as instructors from the worldly known consulting firm. In every session, consultants from Boston Consulting Group will explain the methodologies and actual operations of the firm in various areas of strategy execution such as KSFs of consultation, value portfolio management, marketing strategy, presentation technique, deconstruction, ICT strategy, corporate governance, "BCG concept, and etc.

This course can be registered by students who want to become strategy consultants or are willing to use strategy consultants from the view point of top management of operating companies. Maximum number of enrollment is limited to 20.

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。

Course Plan

Please see the course outline listed in the KBS student web site.

成績評価方法:

出席、グループ課題、個人課題

Method of Evaluation:

Attendance, group project, and individual performance.

テキスト(教科書):

特になし

Textbooks:

none

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

Lecturer's Comments to Students:

Related fields of study: General Management, Competitive Strategy Theories

**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-
2credits (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。

Course Description:

Since various industries are matured, reform of the industrial structure is an urgent issue in Japan. In various companies, creation of new industries and businesses are becoming very important.

In this course, students will learn the framework of business producing from the viewpoints of growth, policy and CSR and discuss how to produce new businesses using the real cases.

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: ビジネスガバメントリレーションズ

第4回: CSR/ソーシャルビジネス

第5回/第6回: ビジネスプロデュース論の展開 (外部講師1)

第7回/第8回: 成長企業の人材論 (外部講師2)

第9回/第10回: VCから見たスタートアップの現状と新産業創出 (外部講師3)

第11回/第12回: ビジネスプロデューサーになるためには

第13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: グローバル・ブレイン (株) Venture Partner 青木英剛

Course Plan

1st and 2nd: What is business producing

3rd: Business government relations

4th: CSR/Social businesses

5th and 6th: Deployment of business producing theory (Invited lecturer 1)

7th and 8th: Human resources for growing companies (Invited lecturer 2)

9th and 10th: Current situation of startups in Japan and new industry creation (Invited lecturer 3)

11th and 12th: How to become a business producer

13th to 18th: Presentations by students

Invited lecturer 1: Takayuki Miyake, Dream Incubator

Invited lecturer 2: Takafumi Shimizu, ProCommit

Invited lecturer 3: Hidetaka Aoki, Global Brain

成績評価方法:

出席、授業内での発言、プレゼンテーション

Method of Evaluation:

Attendance, Discussion in class, Presentation

参考書:

『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/l64>

『成長企業の採用論』 岩本隆・清水隆史著 プロコミット 2013～2016年

<http://www.procommit.co.jp/recruiter/support/topic/成長企業の採用論>
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。

Lecturer's Comments to Students:

We will discuss the next industries and businesses based on real management issues.

ヘルスケアマネジメント 2単位(1学期)

HEALTH CARE MANAGEMENT 2credits (Spring)

ヘルスケア・マネジメント・イノベーション寄附講座

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、従事者数の多さと今後の成長、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、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完結型経営が主流でしたが、今後は新しい医療ビジョンおよび地域包括ケアシステムのコンセプトの下、ネットワークでつながった地域完結型のケアプランを共有する経営手腕を備える必要があります。こうした理解の下、多彩なケースと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、その点も意識した指導を実施していきます。

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。

Course Description:

Healthcare field related to medical and long-term nursing care ("LTNC") is one of the most important industries for the Japanese economy. Factors including the huge market size exceeding 50 trillion yen a year, the numerous numbers of workers and its future growth will lead the next-generation economy in this country. Even for the usual business corporations, healthcare sector cannot be ignored as the future growth target.

Medical and LTNC services used to be able to conclude its service within the internal organizations(ex. hospitals, clinics or nursing homes). However, under the new medical vision guided by the Japanese government and new concept of the community based integrated care system, it is necessary to build management skills that will share care strategy connected by network.

Healthcare Management course will proceed by discussions using various cases and documents. In addition, it is important to know that this area is strongly connected to government policy and social security systems.

KBS graduates playing important roles in the frontline of Healthcare field are another attraction. They will give lectures, participate in class discussions, and communicate with the current students.

授業の計画:

- ①② 医療経営
- ③④ 介護経営
- ⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫ 事例検討
- ⑬⑭ 地域マネジメント
- ⑮⑯ 非営利性
- ⑰⑱ 事例検討

Course Plan

- ①② Management of Medical Institutions
- ③④ Management of Long-Term Nursing Care Business
- ⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫ Case Method (hospitals and municipalities)
- ⑬⑭ Management of Local Community
- ⑮⑯ Concept of Nonprofit Business
- ⑰⑱ Case Method

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。

Method of Evaluation:

Contribution to class discussion and end-of-term report will be evaluated under the same weight.

テキスト(教科書):

田中滋監修『地域ケアサクセスガイド』メディカ出版(2014)

渋谷明隆著『医療経営入門Ⅱ』日経メディカル(2015)

Textbooks:

TANAKA Shigeru, "Chikeika Sakusesu Gaido", Medica Shuppan 2014

SHIBUYA Akitaka, "Iryou Keiei Nyumon", Nikkei Medical 2015

参考書:

さらに読みたい人のための参考文献

筒井孝子著『地域包括ケアシステム構築のためのマネジメント戦略』中央法規(2014)

Reference Books:

TSUTSUI Takako, "Chiiki-houkatsu Kea Sisutemu Kouchiku no tame no Manejimento Senryaku", Chuou-houki 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

Lecturer's Comments to Students:

Prepare for each class thoroughly and be able to answer questions.

Areas handled in class are adjacent to the Healthcare Policy course offered in the Fall Semester.

質問・相談:

アポイントメントはメールで tanaka@kbs.keio.ac.jp

Questions/Comments:

Appointments by e-mail : 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

2credits (Spring)

講師 村口 和孝

講師 西戸 雄太

授業科目の内容:

なぜベンチャー企業は成功したり失敗したり一見不安定に見えるのか。起業経営は、従来の大企業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違うのか。KBS卒業生がフェイスブックなど新事業に成功するための条件は何か。また前提として、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、どう理解すればよいか。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現代経済社会の中にあって、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。

投資先にはエクスペリアンジャパン、ジャパンケーブルキャストなどがある。成功ケースとして、携帯サービスのモバゲータウンやペイスターズ買収で話題となったDeNA(創業:南場智子)、XML応用ソフトウェア開発のインフォテリア、天然水宅配のウォーターダイレクト、調剤薬局のインファーマシーズ等を、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、ウォーターダイレクト等のキャズムを超える創業支援体験を踏まえ、使用テキストの読み込みを軸に、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で活躍する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。ほぼ毎月数回づつ、上場ベンチャー起業家や、弁護士、会計士、司法書士、社労士などゲスト実務家を、随時招いて交流してもらおう。

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、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。

また、今年はKBS自由科目である、7月から8月にかけて開講予定である、夏季集中の「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。

Course Description:

In this course, the goal is to holistically understand various aspects of starting a business through personal experiences of starting businesses like DeNA and Infotera within NTVP as well as relevant readings. This includes processes of trial and error, launching a product to maintaining sales, down to settling balance sheets. This course will also cover the contractual obligations behind starting a venture capital fund, the due diligence of investment options, and the long-term rationale and methodologies post-investment through hands-on involvement.

It should be noted that this course is not a lecture, but rather will require active participation. Every year, a start-up fair will be held at the Yagami campus of Keio University's Faculty of Science and Technology where students will form teams and create a venture capital fund. Playing the role of venture capitalist, each team will invest in the various startups present at the Yagami fair, support their operations, and compete to generate the best results. Those enrolled in this course will also provide advice to students in the Faculty of Science and Technology.

Through evaluations and investments in these small businesses, you will consider what it means to run a company as well as being a venture capitalist and give a final presentation.

授業の計画:

- 第1回 イントロダクション、チーム作り
- 第2回 講義: 起業家経験とサラリーマン経験の根本的違い
- 第3回 創業体験プログラム参加の意義と、事業選択の類型
- 第4回 起業スタートアップの成長エンジンと、評価軸のデザイン
- 第5回 資本組織としての株式会社と、ガバナンスの力学と構造(株式会社論)
- 第6回 起業スタートアップの成長段階と、VCのハンズオン効果の成否
- 第7回 ベンチャーキャピタルファンド契約とキャピタリストの責任(誰を出資者にすべきか?)
- 第8回 ベンチャーキャピタルファンド設立方法と契約、長期運営の枠組み/VCファンドプレゼン①
- 第9回 VBとVCはいかに成功するか(DeNAなどの例)/VCファンドプレゼン②
- 第10回 VCファンドの個性的デザイン方法/VCファンドプレゼン③
- 第11回 VCファンドのファンドプレゼン④VC組合契約締結とLPとの出資交渉
- 第12回 VCファンドのファンドプレゼン⑤VC組合契約締結とLPとの出資交渉
- 第13回 VC投資活動: VCと起業家との望ましい関係性
- 第14回 VC投資活動: 投資候補先との面談と情報収集
- 第15回 VCファンドによる理工学部学生向けプレゼンテーション
- 第16回 VC投資活動: 資本政策立案とデューデリジェンス評価
- 第17回 理工学部のビジネスプラン発表会への参加①
- 第18回 VC投資委員会①
- 第19回 理工学部のビジネスプラン発表会への参加②
- 第20回 VC投資委員会②
- 第21回 会社設立登記、創業支援作業
- 第22回 ベンチャーキャピタリストの活動と、人生設計

Course Plan

1. Introduction, team building
 2. Fundamental difference of entrepreneur experience and salaried workers experience
 3. The significance of the founding experience program participation, type of business selection
 4. The growth engine of entrepreneurial start-up, the design of the evaluation axis
 5. The Corporation as capital organization, governance of the dynamics and structure
 6. The growth stage of the start-up, the success or failure of the hands-on effect of VC
 7. The responsibility of the venture capital fund contract and the capitalists (who should be in the investor?)
 8. Venture capital fund founded way as contract, long-term operation of the framework / VC fund presentation ①
 9. VB and VC is how successful (for example, such as DeNA) / VC fund presentation ②
 10. VC fund of unique design methods / VC fund presentation ③
 11. Investment negotiations with the fund presentation ④ VC fund agreement and the LP of the VC fund
 12. Investment negotiations with the fund presentation ⑤ VC fund agreement and the LP of the VC fund
 13. VC investing activities: desirable relationship between VC and entrepreneurs
 14. VC investing activities: interviews and information gathering and investment destination candidate.
 15. Faculty of Science and Technology student presentation by the VC fund.
 16. VC investing activities: Capital draft policy planning and due diligence evaluation.
 17. Participation in the Faculty of Science and Technology of the business plan recital ①
 18. VC investment committee ①
 19. Participation in the Faculty of Science and Technology of the business plan recital ②
 20. VC investment committee ②
 21. Company establishment registration, establishment support work
 22. Venture capitalist activities and, life design
- 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。
- Method of Evaluation:**
Student performance will be measured in following three categories:
- Attendance
 - Short essay each lecture
 - Class participation
- 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)、「日本のブルーオーシャン戦略」(安部 義彦、池上 重輔 著、ファーストプレス社)、「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
- Textbooks:**
1. Entrepreneurial experience notes (by NTVP)
 2. The Four Steps to the Epiphany (by Steve Blank)
 3. The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company (by Steve Blank, Bob Dorf)
 4. Technology Ventures: From Idea to Enterprise (by Richard C. Dorf, Thomas H. Byers, Andrew Nelson)
 5. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers (by Alexander Osterwalder, Yves Pigneur)
 6. Other books

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。
Lecturer's Comments to Students:

Related courses:

venture capitalists training II. After each lesson, the often open the exchange meeting that was sprinkled with experts and entrepreneurs, and participate, will be further education effect seems to be deepening, but not essential.

マーケティング戦略 2単位(1学期)

MARKETING STRATEGY 2credits (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。

Course Description:

This course provides the opportunities for participants to understand marketing and business practices and to develop the skills and capabilities of their problem-solving and strategic decision-making.

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。

Course Plan

The above objectives shall be pursued through the group field studies by the class participants. Several teams, each consisting approximately 3-5 students, are formed to work for the specific real marketing situations.

Two real marketing cases are offered in this course. After receiving the case presentation, each group should delineate and clarify its research problem, proceed the field works, and recommend the strategic solution at the end of the course.

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 2credits (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。

Course Description:

This course focuses on answering questions: How managers use management control systems in companies and what kind of problems they have. We focus some topics: Budgeting, Performance measurement, Balanced scorecard, Division systems etc.. You will do at the course in case-method learning. Many Japanese cases will be selected for discussions.

授業の計画:

第1回/第2回 インTRODクシヨン , 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 業績評価尺度としてのEVA

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 部門別採算

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

Course Plan

Session1/Session2 Introduction, What is Management Control Systems?

Session3/Session4 Budgeting and Beyond the Budgeting

Session5/Session6 EVA Management

Session7/Session8 Balanced Scorecard

Session9/Session10 Division Systems

Session11/Session12 Report of field studies

Session13/Session14 Amoeba Management

Session15/Session16 Strategy and Management Control

Session17/Session18 Innovation and Management Control

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%

Method of Evaluation:

Grades based class participation (attendance and behavior)(40%), submitted coursework(40%),report in class and other factors (20%).

テキスト(教科書):

教科書は特に指定しない

Textbooks:

There are no prescribed textbooks.

流通論 2単位(1学期)

DISTRIBUTION SYSTEM 2credits (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、そこにかかるとの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。

Course Description:

This course covers basic concepts in theories in marketing channel strategy.

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

Course Plan

Session 1: Introduction

Session 2: What is Marketing Channel?

Session 3 to 12: Key Concepts in Marketing Channel Strategy

Session 13 to 14: Project Description

Session 15 to 18: Project Preparation and Presentation

*Above course plan is subject to change.

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。

Method of Evaluation:

Evaluation will be made based on the participation to the class discussion and group project presentation.

参考書:

現代商業学 新版 高嶋克義著 有斐閣アルマ 2012年

IGPIリアルビジネス講座:企業価値・事業価値向上を目指して (EMBA) 2単位(2学期)

IGPI REAL BUSINESS : TOWARD THE RISE OF CORPORATE VALUE & BUSINESS VALUE 2credits (Fall)

IGPI リアルビジネス講座

(副題) 企業価値・事業価値向上を目指して

教授 清水 勝彦

授業科目の内容:

産業再生機構から受け継がれ、さらに進化を遂げたIGPI(経営共創基盤)のこれまでの経験、知見をもとに、シニアマネジャーを中心に(最終日にはCEOの富山和彦も登壇予定)企業の再生だけでなく、成長支援、ベンチャー支援の課題と方策を提示・議論する。

授業の計画:

1 0/1 5(土)午後1コマ
1 0/2 2(土) 終日2コマ
1 1/5(土) 終日2コマ
1 1/1 9(土) 終日2コマ
1 2/3(土) 終日2コマ
合計9コマ

成績評価方法:

クラスへのコントリビューション及び課題

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 2credits (Fall)

Grand Design Project I

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1」と、3学期「グランド・デザイン・プロジェクト2」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

Course Description:

This course has two purposes. One is to provide students with "Project and Forum Education". The other is the course for students participating in "Grand Design by Japan Program" for credit. (http://anegawa.kbs.keio.ac.jp/Grand_Design_Project/) Students can take Grand Design Project I and 2 serially or take separately. Students are asked to establish own research project individually or as a group and asked to submit final project report.

1. Research method, problem finding, question formulation, writing report
2. Project & Program Management Seminar
3. Forum education
4. Project research and presentation

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 実施

19-20 プロジェクト報告

Course Plan

1-2 Introduction

3-4 Research method

5-6 Method for report writing and presentation

7-9 Forum discussion 1

10-12 Forum discussion 2

13-15 Forum discussion 3

16-18 Project

19-20 Project presentation

成績評価方法:

評価基準: 授業参加, プロジェクト・レポート

Method of Evaluation:

class participation, project report

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。

Lecturer's Comments to Students:

This course is closely related to mother program "Grand Design by Japan Program" held at KBS. Please look at HP http://anegawa.kbs.keio.ac.jp/Grand_Design_Project/index2.html or <http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html> for further information.

質問・相談:

授業後、あるいはe-mail 予約

Questions/Comments:

After class or e-mail appointment

経営科学と意思決定 2単位(2学期)

MANAGEMENT SCIENCE AND DECISION MAKING

2credits (Fall)

准教授 渡邊 直樹

経営再建論 2単位(2学期)

MANAGEMENT RENNOVATION 2credits (Fall)

講師 許斐 義信

授業科目の内容:

本科目では企業の経営危機・経営破綻そして再生に関わる経営を”総合経営”の視点から扱う。経営危機は短期的経営課題と長期的経営課題が依存している。また課題領域も広く、資金繰りをはじめとする財務問題、経営陣と株主や債権者との間のガバナンス問題、そして従業員と経営陣との雇用契約問題、事業の選択と集中が不可避な場合には狭い意味での総合経営、つまり経営戦略的判断など諸問題に対して同時に意思決定をしなければならない。しかも個々の課題は実務的には専門性を強く要求されるので、18時間で本課題の全貌を扱うには大幅に時間が不足している。従って本講座では、できるだけ広範囲に経営再建に関わる総合経営的課題を俎上に上げて討議し、飽くまでも、今後の学習への道しるべを構築することに努めたい。専門的知識を深めたい希望する学生は個々に教員へ要請して頂きたい。

※履修者に対する担当教員からの要望:

科目履修者には金融機関などで企業再生に携わってきた経営者もおられるであろうが、一方、その種の課題には実務的に触れた経験がない方も居るであろう。そのような状況で講座を進めるには教員側には工夫が必要だが、併せて履修者側にも、課題と保持しているであろう知見との差を埋めるべく事前学習と討議への参画協力が要請される。

最終講義の内容だが、日本事業再生士協会で行なっている事業再生士(補)の試験を用いて、履修生の自己評価の機会を設けることも、代替案として考えたい。その実施の可否は受講生との討議に依り決定する。

また物理的制約からグループ討議を公式に導入することが困難のため、既定の講義スケジュールは適宜変更せざるを得ない。欠席した場合は次回の講座内容を同僚より聞いて参加することを勧めたい。また1-2ケースではグループ討議に代替して「次回までの宿題」にすることがある。

Course Description:

I handle management about management crisis / bankruptcy of the company and renewal from a viewpoint of "General Management" by this subject.

Short-term management problems and long-term management problems depend for the management crisis.

In addition, the problem domain are broad, and decisions of General Management that are the corporate strategies must do decision making for many problems at the same time when financing problems including the fund raising, the administration and the issue of between stockholders and the creditors governances and an employment contract dispute with employees and the administration, choice and the concentration of the business are unavoidable.

18 hours is not sufficient, because it is strongly required specialty for the business to treat the total picture of these problems. Therefore, in this lecture, I give problems of General Management concerned with the management rebuilding as possible widely on discuss and want to touch in building guideposts to the future learning.

※The demand from the charge teacher for the person of study:

Concerns are necessary for the teacher side, but participations in planning cooperation to prior learning and discussion are called for to push forward lectures in such situation in order, at the same time, to bury problems and differences with the knowledge that will maintain these in the participant side.

In addition, it cannot but change the established lecture schedule for difficulty appropriately to introduce group discussion from physical limitation formally. Furthermore, I substitute at group discussions with 1-2 cases and may make it "homework until the next time".

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。此処では飽くまでも参考までに前年度などで採用して来た授業の計画を下記する。但しグループ討議を増やすべきだとの過去の受講者からの提案もあるので、授業開始後、受講者と相談・討議の上、最終的な授業内容を確定することにしたい。

第1回: オリエンテーション

第2回: 経営問題の捉えかた(含むDES)

第3回: 経営問題の分析(不採算事業の発見と企業体力)

第4回: 経営問題の分析(債権のリスク管理と資本政策)

第5回: 経営問題の解消(縮小均衡と事業譲渡)

第6回: 経営問題の解消(労働争議・人的合理化)

第7回: 経営問題の解消(経営陣の葛藤と倒産法申請)

第8回: 問題企業の再生(再建計画の策定と交渉)

第9回: 問題企業の再生(倒産法の比較・破産法・民事再生法・会社更生法)

第10回: 問題企業の再生(破綻前再生・企業合併)

第11回: 問題企業の再生(破綻前再生・会社分割と売却・事業価値の再定義)

第12回: 企業再生の現場

第13回: 問題企業の再生(経営バランスと倒産予測)

第14回: 問題企業の再生(ステークホルダーの調整・メザニンファイナンス)

第15回: 問題企業の再生(事業融合と地域と面の再生)

第16回: 問題企業の再生(米国企業の破産と再生)

第17回: 経営再建論纏め(経営リスクと事業機会の総合判断)

第18回: 経営再建論纏め(日本企業の課題と再生への私論)

Course Plan

Please refer to a shunt line to print in the KBS attendance at school straight page.

Follows do the plan of the class that they adopted for your information by last year here.

1st.: Orientation

2nd: The management issues (including DES)

3rd: The analysis (discovery and the company physical strength of the unprofitable business)

4th: The analysis (risk management and a capital policy of the credit)

5th: The cancellation (reduction balance and business transfer)

6th: The cancellation (labor dispute / human rationalization)

7th: The cancellation (conflict and bankruptcy method application of the administration)

8th: The turnaround (development and negotiations of the reorganization plan)

9th: The turnaround (comparison / the bankruptcy law / Civil Rehabilitation Law / the Company Resuscitation Law of the bankruptcy method)

10th: The reformation (reproduction / company merger before failure)

11th: The reformation (redefinition of the reproduction / spin-off and sale / business value before failure)

12th: The examples, turnaround

13th: The reformation (management balance and a bankruptcy prediction)

14th: The reformation (adjustment / Mezzanine finance/ Stake holders)

15th: The reformation (the reproduction of business fusion and the aspect)

16th: The reformation (the bankruptcy and the reproduction of the American company)

17th: The theories, turnaround, summary (the risk and the judgment of the business opportunity):

18th: The theories, turnaround, summary (recommendation on the reformation of the Japanese companies):

成績評価方法:

講座終了後にレポート提出を要請する。成績は、講座への参画度(出席)とレポートの採点で評価する。時として再生士補の資格試験を行なって欲しいとの要請があり試験をしたこともあるが、それをもって成績として公式な評価に利用したことはない。

Method of Evaluation:

I request for report after a lecture.

I estimate the results as participation in attendances and the report.

テキスト(教科書):

許斐義信編著「ケースブック企業再生」中央経済社

(注) 経営再建に関わり既にある程度の知見がある受講者は参考程度に読まれると良いが、全くその種の経験が無い受講者は教科書と思って講座の進行に合わせて読まれることをお勧めしたい。

Textbooks:

Yoshinobu Konomi "Casebook company renewal" Chuoh Keizaisha

(note) The participant attending lectures with some knowledge already would be read in reference, but the participants attending lectures whom there are not, I recommend to read.

参考書:

許斐義信編著「ケースブック企業再生」中央経済社

(注) 再建に関わったことが無い受講者は、講座の進行に併せて自習することを勧めたい。

許斐義信編著「ケースブック事業再生」中央経済社(上記5とは別の書物です)

(注) 経営学の視点から企業・事業の再生を行うことは当大学院の主題でもあるから、是非とも本著を参考にされたい。

尚、数多くの学習を要する領域があるが、受講生の個別的関心や興味に応じて、適宜、参考文献を紹介したいと考えている。特に法律関係の学習が少ない現状を鑑み、倒産法だけではなく、会社法や民法などの参考文献を読まれることをお勧めしたい。個々人の関心い依存する部分もあるので参考書を紹介して貰いたい受講者は教員へ個々に、その旨を請されたい。

また、講座の中で倒産法に関するテクニカルノートなどを配布する予定である。

Reference Books:

Yoshinobu Konomi "Casebook company renewal" Chuoh Keizaisha

(note) The participants who did not have any experiences on turnaround would be recommended to read this book in accordance with the progress of the lecture.

Yoshinobu Konomi "Casebook business reformation" Chuoh Keizaisha (this book which is different from above) by viewpoints of the business administration because these are the subjects of our graduate school to revitalize the businesses.

In addition, there are domains needing much learning, but attendances raw individual interest and interest accept it and want to introduce references appropriately.

In view of the present conditions with a few law-related learning, I want to recommend in particular that it is read references such as company law or the civil law as well as the bankruptcy method.

In addition, I am going to distribute the Technical Notes about the bankruptcy methods in lectures

担当教員から履修者へのコメント:

本講座は、経営の多様な要素の多くの領域と関わりがある。従って履修は2年生が好ましいという考えもできる。しかし本大学院では経営スキルの涵養を狙いとしていると考えているので、その意味で、専門科目の履修を決める前に、企業経営問題の総合性に触れることもまた重要であるから、1年生で履修することも、有意義であると考えている。

Lecturer's Comments to Students:

This lecture has many domains and relations of various elements of the management.

Therefore, the participants can do the thought that second graders are preferable.

However, I think that what you study in first graders are significant in this sense because I think that you might have the cultivation of management skills in this graduate school before deciding the study of the specialized subject.

質問・相談:

質問や相談を希望する者はメールで問い合わせして下さい。

メールアドレスは事務にてお尋ね下さい。

Questions/Comments:

Please perform an inquiry of the person in hope of a question and consultation by an email.

Please ask about the e-mail address by KBS office. (Yoshinobu Konomi)

経営実務講座—同窓生から現役生へ— 1単位(2学期)

PRACTICAL BUSINESS LECTURES FROM ALUMNI

1 credit (Fall)

教授 磯辺 剛彦

授業科目の内容:

KBSは、3200名を超える卒業生をこれまでに輩出し、彼らはビジネスの最前線で活躍している。彼らが直面してきた課題や課題解決の

工夫・苦労は、ビジネススクールで学ぶ者にとって、まさに生きた教材である。彼らの知見を共有することは、これからビジネスリーダーとして社会を先導していく現役の学生にとって、貴重な学習の機会になると

期待される。

世界各地の様々な業界で活躍しているKBSの同窓生を、毎回1名ずつ招聘して講演と質疑を行う。業界・エリアに関するユニークな知見や、経営実務の現場における成功・苦労両面からのリアルな実体験(教科書では分かりにくいこと)、およびそこから得られた視座についてお話しいただく。また、ビジネス面での話題や内容にとどまらず、同窓生として在校生に伝えたいこと、KBSで学んだことが卒業後のキャリアどのように役立っているか、KBSで学ぶ機会をどう活用すべきか、在学中に学ぶべき視点、というような在校生へのメッセージなども含め、担当教員を交えてディスカッションする。

Course Description:

The aims of this class is to inform students how to study in this school.

授業の計画:

卒業生10名による講演によって構成する。

Course Plan

This class consists of 10 graduates.

成績評価方法:

出席とミニレポート(ゲストスピーカーへ送付する)

Method of Evaluation:

Attendance and short-reports.

テキスト(教科書):

特になし

参考書:

特になし

経済理論Ⅱ 2単位(2学期)

ECONOMIC THEORY 2 2credits (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、説明できるようになることを第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。

Course Description:

This is an introductory level course on macroeconomics. The aims of this course are as follows:

- (i) Being able to explain effects of economic policy using both macroeconomics theory and statistics, such as Systems of National Accounts, Balance of Payment, Labor statistics etc.
- (ii) Being able to consider the real-world problem, such as the recent financial crisis.

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) 利子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

Course Plan

1. What is "Macroeconomics"?
2. Systems of National Accounts
3. Price level and Inflation rate
4. Short- and Long-run of Macroeconomics
5. Great recession and the Keynesian
6. The Keynesian cross (1): The basic structure of goods market
7. The Keynesian cross (2): Planned expenditure and multiplier
8. Financial Market (1): Liquidity preference and money demand
9. Financial Market (2): Determination of interest rate and the role of monetary policy
10. IS-LM model (1): Simultaneous equilibrium of goods and money markets
11. IS-LM model (2): Effects of fiscal and monetary policy
12. AD-AS model (1): Labor market and aggregate supply
13. AD-AS model (2): Effects of fiscal and monetary policy
14. The open economy
15. Long-run model
16. Stabilization policy
17. Problem of government budget deficit
18. Final exam

成績評価方法:

最後の授業における期末試験の点数で評価します。

Method of Evaluation:

Final exam: 100%

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』 有斐閣、2010年

Textbooks:

Makoto Saito et al. (2010), "New Liberal Arts Selection Macroeconomics: Theory and Policy," Yuhikaku.

質問・相談:

随時受け付けます。

国際経済と新興ビジネス 2単位(2学期)

INTERNATIONAL ECONOMY AND EMERGING MARKETS

2credits (Fall)

Competing in Emerging Markets

講師 ロイ, アシヨック

授業科目の内容:

目的

EMERGING Market - 新興国の定義、脅威と機会
 JAPAN - 今後3~5年間で急激に変わる日本
 Building a BUSINESS in Emerging Market - 需要の発生元、市場エントリー戦略、グローバルとローカル
 DISRUPTIVE Forces - 破壊的な要素: エネルギー価格、通貨操作、政治的な不安定性
 Age of CONNECTIVITY - ソーシャルメディアと物のインターネット
 Creating VALUE - 新興国で付加価値を作る、投資家の視点から
 Course Description:
 Discuss and debate

EMERGING Market - Definition, Threats and Opportunities to developed world

JAPAN - Rapid change to come in next three to five years

Building a BUSINESS in Emerging Market - Source of demand, Entry strategy, being global and local

DISRUPTIVE Forces - Energy Prices, Currency Manipulation, Political Instability

Age of CONNECTIVITY - Impact of social media & Internet of Things on emerging countries

Creating VALUE - Investors' Perspective on what matters in emerging markets

授業の計画:

EMERGING Market

1. Definition - China and rest of the world

2. Source & Scale of demand from emerging markets

JAPAN

3. YEN getting cheaper?? Impact on Japan Inc., drivers of change, Pockets of Growth Opportunities in Japan

BUILDING a Business in an Emerging Market

4. Designing a winning strategy, map products and services to demand, focusing on "high probability of success" areas, Market entry strategy, defining key performance metrics

5. Negotiating with foreigners and your own people, Reading people and culture, Emotional competence and closing deals

DISRUPTIVE Forces

6. Politics. Examine US, Middleeast, Europe, China, Malaysia and India

7. Social Media & Internet of Things - How can they transform businesses and personal lives

8. Information aware consumer - How marketers, politicians, service providers, products makers need to adapt

GUEST Lecture

9

(Will invite 2 or 3 CEO, investors and entrepreneurs)

The above sessions may change depending on their schedule

Creating VALUE, Investors' Perspective

10. Creating "differentiators", how to create complementary leverages

11. Valuing a Business - Economic Performance for Investors, valuation methods, financial model

12. Acquisitions - Another way to enter market, Examples of successes and failures

13. Group 1 - 3: Presentation of Group Projects

14. Group 4 - 6: Presentation of Group Projects

15. Group 7 - 9: Presentation of Group Projects

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

産業経済分析:ライフサイエンス産業 2単位(2学期)

INDUSTRY ANALYSIS: LIFE SCIENCE INDUSTRY

2credits (Fall)

教授 中村 洋

授業科目の内容:

産業経済分析: ライフサイエンス産業
 ライフサイエンス産業は今後大きな成長が見込まれる有望な産業の一つです。講義の目的は、以下の3点です。

①今後ライフサイエンス産業に関わるかもしれない多くの人に興味を持ってもらうこと (産業構造の把握)

- ②大きく変化するライフサイエンス産業の現状を理解すると共に今後の方向性を把握すること **(企業・産業の発展)**
③ライフサイエンス産業の様々な分野でKSF(主要な成功要因)を導き出すこと **(企業の戦略、マネジメント)**

これらの目的を達成するために、**文系出身者でも理解できるように**ライフサイエンスに関する基礎知識(研究をするレベルではなく、ビジネスを行うレベルで知識)に関する講義、今後のライフサイエンス・ビジネスの展開についてのケース、ライフサイエンス産業の最前線で大きな革新を行いつつある企業のケース討論を行います。

これまでライフサイエンスに関係がなかった方も、今後ライフサイエンスに関係する仕事をする可能性は高いと思われます。他分野の人にとって、多くの専門的知識を要するライフサイエンス産業は参入障壁が高いですが、この講義において基本的な知識、ライフサイエンス分野でのKSFを把握することで、自分にとっての参入障壁を低めることが出来るだけでなく、参入障壁があるために有能な人材がなかなかいないこの分野で自身の競争優位を築くことが出来ます。

取り扱うテーマは下記になります。

- ① 大手医薬品企業における企業戦略
- ② 外部環境変化に対応するための組織変革
- ③ バイオテクノロジー企業における企業戦略/マーケティング
- ④ R&Dマネジメント
- ⑤ ベンチャー企業経営/エクイティファイナンス
- ⑥ ツール系企業/医療機器の企業戦略、研究開発戦略、マーケティング
- ⑦ 情報系企業の企業戦略

最後に、ライフサイエンス産業における企業の戦略、マネジメントに関しては、基礎科目あるいは他の専門科目で学んだことを活用して、考察してください。活用可能なコンセプトの例としては、以下のものが挙げられます。
マトリックス組織、BSCと戦略マップ、ヴァーチャルCOE(メタナショナル)、SCPロジック、RBV、Diversity Management、AIDMA、ニッチ市場

Course Description:

This course examines hot issues in life-science industries.

授業の計画:

- 第1-2回: イントロダクションならびにケース討論
第3-16回: ケース討論

Course Plan

- Session 1 - 2: Introduction and case discussion
Session 3 - 16: Case discussion
Session 17 - 18: Group/individual presentation

成績評価方法:

授業貢献(50%)、グループ・個人研究(50%)

Method of Evaluation:

Assessment is based on class participation (50%) and final output (50%).

テキスト(教科書):

なし

参考書:

中村洋『ライフサイエンス産業経済分析—経営と政策の共進的發展—』(慶應義塾大学出版会、2009年)

社会保障論 2単位(2学期)

SOCIAL SECURITY 2credits (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。後半3回については、年金、医療、介護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。

Course Description:

The first part of the course covers the theoretical background of insurance that deals with various types of risk. The second part focuses on present situations and future challenges of social security systems: pension, health care, and long-term care. Class discussions are also planned.

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. 年金制度の持続可能性に関する討議
17. 医療制度の持続可能性に関する討議
18. 介護制度の持続可能性に関する討議

Course Plan

1. Introduction
2. Optimal insurance
3. Market failures in insurance
4. Insurance with information asymmetric information
5. Overview of social security system
6. Impacts of social security on public finance
7. Public pension and welfare benefits
8. Pay-as-you-go system and funded system
9. Intergenerational distribution through social security
10. Present situations and future prospectus of public pension in Japan
11. Health insurance
12. Provision of health care
13. Long-term care
14. Social security system for families
15. Distribution and social justice
16. Class discussion: sustainable pension system
17. Class discussion: sustainable health care system
18. Class discussion: sustainable long-term care system

成績評価方法:

クラスへの貢献と期末レポート。

Method of Evaluation:

Class participation and term paper

テキスト(教科書):

開講後に指示する。

Textbooks:

To be announced.

参考書:

開講後に指示する。

Reference Books:

To be announced.

人材・プログラムアセスメント 2単位(2学期)

PERSONNEL AND PROGRAM EVALUATION 2credits (Fall)

名誉教授 渡辺 直登

授業科目の内容:

人材の育成・発掘に必要な人事アセスメントの手法について紹介する。また、企業や社会で行われているさまざまなプログラムの評価方法についても提示する。クラスでは、個人の能力、パーソナリティ、態度に関する心理学的基礎について紹介し、それに基づいてこれらの概念をいかに正確に測定するかについての理論と手法を、主に演習を通じて学ぶ。コースの最後には、個人のアセスメント手法を超えて、プログラム評価の理論と実際について演習と講義を通じて学習する。

Course Description:

This course will introduce the fundamental theories of personnel assessment, which deserves development and selection of human resources.

In order to achieve that goal, this class provides basic concepts and knowledge regarding ability, personality, attitudes of individuals. In addition, the class provides foundation of measurement theories and practices for achieving more accurate assesment. At the final stage, the class will dael with the issues of program evaluation.

授業の計画:

秋学期、2コマ連続、9回のミーティング、計18コマで構成。

- 第1回 イントロダクション
- 第2回 パーソナリティの理論とアセスメント
- 第3回 知的能力に関する理論
- 第4回 知能のアセスメント
- 第5回 職務遂行能力について
- 第6回 職務遂行能力のアセスメント
- 第7回 交渉の理論
- 第8回 2者間交渉の実際
- 第9回 3者間交渉・集団交渉の実際
- 第10回 対人関係能力の理論
- 第11回 対人関係能力のアセスメント
- 第12回 意思決定能力の理論
- 第13回 意思決定能力のアセスメント
- 第14回 プログラム評価の理論I
- 第15回 プログラム評価の理論II
- 第16回 プログラム評価の実際I
- 第17回 プログラム評価の実際II
- 第18回 授業内講演 (プログラム評価を巡って)

Course Plan

Fall semester. Two successive class with 9 meetings, totally 18 sessions.

Session 1: Introduction

Session 2: Theories of personality and its assesment

Session 3: Theories of intelligence

Session 4: Assessment of intelligence

Session 5: About job related ability

Session 6: Assessment of job related ability

Session 7: Theories of negotiation

Session 8: Negotiation practice 1

Session 9: Negotiation practice II

Session 10: Theories of interpersonal skill

Session 11: Assessment of interpersonal skill

Session 12: Theories of decision making ability

Session 13: Assessment of decision making ability

Session 14: Theories of program evaluation I

Session 15: Theories of program evaluation II

Session 16: Practice of program evaluation I

Session 17: Practice of program evaluation II

Session 18: Lecture of invited speaker (On program evaluation)

成績評価方法:

授業への参加: 50%

タームペーパー: 50%

Method of Evaluation:

Evaluation will be done as follows:

Class participation=50%

Term paper: 50%

テキスト(教科書):

基本的に毎回リーディング・アサインメントを課す。

Textbooks:

Reading assignment will be provided for every session.

ソーシャルアントレプレナー 2単位(2学期)

INTRODUCTION TO SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

2credits (Fall)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

Language of instructions: English

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 and developing a social enterprise plan and discussing organizational structures commonly adopted by social enterprises, funding options available and 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.

Course Description:

<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 and developing a social enterprise plan and discussing organizational structures commonly adopted by social enterprises, funding options available and 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
- 10 (Group Work) Case
- 11 (Class) Funding social ventures
- 12 (Group Work) Case
- 13 (Class) Measuring social impact
- 14 (Group Work) Group Presentations
- 15 (Class) Measuring Social Impact
- 16 (Group Work) Group Presentations
- 17 (Class) Scaling a social enterprise
- 18 (Group Work) Case

Course Plan

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
- 10 (Group Work) Case
- 11 (Class) Funding social ventures

- 12 (Group Work) Case
- 13 (Class) Measuring social impact
- 14 (Group Work) Group Presentations
- 15 (Class) Measuring Social Impact
- 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%

Method of Evaluation:

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.

Textbooks:

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 2credits (Fall)

組織と人間行動

Human Behavior in Organization

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。

Course Description:

To examine research and theory relevant to the interaction between individuals and organizations. In particular, the selection, human assessment, work motivation and justice in the workplace will be emphasized.

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

Course Plan

Session 1: Introduction, etc.

Session 2: Academic

Session 3: Individual traits①: Cognitive ability, KSAO's

Session 4: Individual traits②: personality

Session 5: Measurement theory①: reliability

Session 6: Measurement theory②: validity

Session 7: Readings in Japanese literatures①

Session 8: Readings in Japanese literatures②

Session 9: Readings in Japanese literatures③

Session 10: Readings in Japanese literatures④

Session 11: Readings in English literatures①

Session 12: Readings in English literatures②

Session 13: Readings in English literatures③

Session 14: Readings in English literatures④

Session 15: Case study①

Session 16: Case study②

Session 17: Guest speaker lecture

Session 18: Course review: Q and A

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%

Method of Evaluation:

class attendance and contributions: 30%

assignments: 20%

final essay: 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

Textbooks:

Levy, P. (2012). Industrial Organizational Psychology: Understanding the Workplace 4th Ed. Worth

参考書:

Robbins, S., P., & Judge, T. A. (2014). Organizational Behavior 16th Edition, Prentice Hall College.

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

ロン・フリードマン・月沢 李歌子 (2015) 最高の仕事ができる幸せな職場 日経BP社

Reference Books:

Robbins, S., P., & Judge, T. A. (2014). Organizational Behavior 16th Edition, Prentice Hall College.

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:

アカデミックな理論と受講生の皆さんが培ってきた実践的な理論が融合していきたいと考えております。

Lecturer's Comments to Students:

Lecturer hope to integrate participant' work experiences and academic theories.

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。

Questions/Comments:

Please feel free to ask me anything just after class and make a appointment with lecturer by e-mail.

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 2credits (Fall)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

Language of instructions: English

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

This course focuses on management control and cost accounting in Japanese companies. After studying the mainstream cost accounting practices in the last few decades, we will focus on modern issues in management control through some selected academic contributions and case studies.

■Course Objectives

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

The role of target costing and its importance in TPS;

How cost accounting is used for the purpose of production planning and in-process management control in the JIT system;

Recent changes in large businesses due to globalization issues.

Course Description:

■ Course Description

This course focuses on management control and cost accounting in Japanese companies. After studying the mainstream cost accounting practices in the last few decades, we will focus on modern issues in management control through some selected academic contributions and case studies.

■ Course Objectives

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

- The role of target costing and its importance in TPS;
- How cost accounting is used for the purpose of production planning and in-process management control in the JIT system;
- Recent changes in large businesses due to globalization issues.

授業の計画:

1. Introduction to management control
2. Japanese management and management control
3. Overview of accounting in Japan (1)
4. Overview of accounting in Japan (2)
6. Management control and strategic objectives
7. The balanced scorecard
8. Performance measurement (ROI/EVA)
9. The Toyota production system
10. Kaizen costing
11. Performance measurement and Incentive system
12. Management control and human resources
13. Organization structure and control
14. Amoeba management
15. M&As in Japan
16. Restructuring and Control
17. International Control
18. Conclusion

Course Plan

1. Introduction to management control
2. Japanese management and management control
3. Overview of accounting in Japan (1)
4. Overview of accounting in Japan (2)
6. Management control and strategic objectives
7. The balanced scorecard
8. Performance measurement (ROI/EVA)
9. The Toyota production system
10. Kaizen costing
11. Performance measurement and Incentive system
12. Management control and human resources
13. Organization structure and control
14. Amoeba management
15. M&As in Japan
16. Restructuring and Control
17. International Control
18. Conclusion

成績評価方法:

Course Grading Criteria/ Maximum points

- A. Class Participation /500
- B. Presentation /500
- Total maximum points /1000

Method of Evaluation:

Course Grading Criteria/ Maximum points

- A. Class Participation /500
- B. Presentation /500
- Total maximum points /1000

テキスト(教科書):

No textbook required

Textbooks:

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.

Reference Books:

- 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

Questions/Comments:

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 2credits (Fall)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

Language of instructions: English

専任講師(有期) 市来 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 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. Other features of this course is as below.

- Students will learn what to do in actual management, as well as theories.
- In the factory field trips, we are planning to visit an equipment and plant company, an assembling company, and an infra-business company.

Course Description:

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 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. Other features of this course is as below.

- Students will learn what to do in actual management, as well as theories.
- In the factory field trips, we are planning to visit an equipment and plant company, an assembling company, and an infra-business company.

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 (Equipment and Plant Company)

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 (Assembling Company)

Session 10: Group Discussion and Presentation

Phase 4

Session 11, 12: Factory Field Trip 3 (Infra-business Company)

Session 13: Management of a Large Enterprise, Group Discussion

Session 14: Final Presentation / Course Summary

Course Plan

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 (Equipment and Plant Company)

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 (Assembling Company)

Session 10: Group Discussion and Presentation

Phase 4

Session 11, 12: Factory Field Trip 3 (Infra-business Company)

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%

Method of Evaluation:

- 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.

Textbooks:

Materials will be delivered in each class.

担当教員から履修者へのコメント:

None.

日本証券市場論 2単位(2学期)

JAPANESE SECURITIES MARKETS 2credits (Fall)

教授 高橋 大志
准教授 小幡 績
准教授 齋藤 卓爾

ネットワーク・リーダーシップ 2単位(2学期)

NETWORK LEADERSHIP 2credits (Fall)

ネットワーク・リーダーシップ

Network Leadership

准教授 林 洋一郎

授業科目の内容:

本科目は学術的にリーダーシップとグループ・ダイナミクスというふたつの問題を主に扱います。

リーダーシップは、様々な分野において研究が進められています。本講義は組織行動や産業・組織心理学などマイクロな観点からリーダーシップにアプローチします。産業・組織心理学において、リーダーシップとは、集団の目標到達のための相互影響プロセスと簡単に定義できます。リーダーシップについては、様々な観点から多くの研究が続けられてきました。そうした状況を "theory jungle" とよび、様々な理論が提起されています。授業では、リーダーシップ研究の多様なアプローチを紹介し、今日の社会で求められるリーダーシップとは何かを受講生の皆さんと考えていきたいと考えています。

また、個人は周囲の人間からどのような影響を受け、その結果としてどのように行動するのでしょうか。また個人の考えや振る舞いは集団にどのようにフィードバックされるのでしょうか。衆人環境に特有な意思決定はあるのでしょうか。これらの問題を含む、グループ・ダイナミクスやダイバーシティに関わるトピックについても受講生の皆さんと論じたいと思います。

【到達目標】

- リーダーシップ研究の基盤を理解する。
- グループ・ダイナミクス研究の基盤を理解する。
- リーダーシップやグループ・ダイナミクスを知見を現実場面に活かすヒントを見つける

【授業の進め方と方法】

授業は講義、輪読、ケースの3つの形式を併用したいと考えている。輪読で取り上げる図書は受講生のニーズや人数に応じて決定する。

Course Description:

This course aims at providing overview of leadership and group process from social psychological perspective. The emphasis is on individuals intertwined with other people and social influence in group.

授業の計画:

第1回 序

第2回 本講義の学問上の位置づけ

第3回 リーダーシップに関するケース講義①: グループ・ディスカッション

第4回 リーダーシップに関するケース講義②: クラス・ディスカッション

第5回 リーダーシップ関連の英語文献購読①

第6回 リーダーシップ関連の英語文献購読②

第7回 リーダーシップ関連の英語文献購読③

第8回 リーダーシップ理論の解説

第9回 グループ・ダイナミクスに関するケース講義①: グループ・ディスカッション

第10回 グループ・ダイナミクスに関するケース講義②: クラス・ディスカッション

第11回 グループ・ダイナミクスに関する解説講義①

第12回 グループ・ダイナミクスに関する解説講義②

第13回 集団意思決定とバイアス①

第14回 集団意思決定とバイアス②

第15回 ダイバーシティ・マネジメント①

第16回 ダイバーシティ・マネジメント②

第17回 授業内講演

第18回 講義の総括とQ and A

※授業の計画は、変更される場合があります

Course Plan

Session 1: Introduction, etc.

Session 2: outline of the course from social psychological perspective

Session 3: case study about leadership①: group discussion

Session 4: case study about leadership②: class discussion

- Session 5: Readings in English literatures①
- Session 6: Readings in English literatures②
- Session 7: Readings in English literatures②
- Session 8: Overview of leadership theories from psychological perspective
- Session 9: case study about group dynamics①: group discussion
- Session 10: case study about group dynamics②: class discussion
- Session 11: Lecture on group dynamics①
- Session 12: Lecture on group dynamics②
- Session 13: Decision making and bias①
- Session 14: Decision making and bias②
- Session 15: diversity management①
- Session 16: diversity management②
- Session 17: Guest speaker lecture
- Session 18: Course review: Q and A

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%
※レポート作成などにおいて不正が認められた場合は直ちに不可とします。

Method of Evaluation:

class attendance and contributions: 30%

assignments: 20%

final essay: 50%

テキスト(教科書):

小野善生(2013)最強の「リーダーシップ理論」集中講義 コッター、マックス・ウェーバー、三隅二不二から、ベニス、グリーンリーフ、ミンツバーグまで 日本実業出版社

※講義中に改めて提示します

Textbooks:

Elliot Aronson ,Timothy D. Wilson, Samuel R. Sommers (2015) Social Psychology (9th Edition) Pearson

参考書:

日本経済新聞 2015 リーダーシップの名著を読む 日経文庫

※講義中に改めて提示します

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

2credits (Fall)

グローバル成長の論理と実践

Global Growth - Logic and Practice

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。

Course Description:

The objective of this course is to study management challenges facing corporations amid expectation to expand global operations in recent years and possible strategic responses to such challenges from business model and global marketing perspectives.

The students will learn about business models through case studies and discuss how such business models will contribute to or conversely become obstacles to global operations. Subsequently, the class will focus on the following subjects:

Firstly, the class will overview the basic global marketing theory. The students will deepen their understating regarding important issues in global marketing from the 4Ps perspectives based on the value chain optimization (standardization and adaptation) on a global scale and also through case studies.

Secondly, the class will focus on identifying implications useful at a practical level through looking at multiple case studies. The class will mainly study leading global corporations to understand KSFs in responding to customer needs, advancing and improving efficiency of marketing operations, and building brand management frameworks based on the actual success and failures of such corporations.

Lastly, the class will also examine challenges facing particularly Japanese companies such as Galápagos syndrome, adaptation to the changes in the business architecture, and the optimal approach to global business administration, and also consider measures against such challenges.

Through such learning, the students will understand the essence of business management in global operations. In class, the instructor will also share his own work experience at the foreign-affiliated companies such as Dell and Starbucks and their business models. The instructor will also refer to the global challenges that the corporations he has worked with as a consultant faced as part of the efforts to allow the students to work with realistic management issues as much as possible.

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

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

Course Plan

Class #1 Logic of Business Models - Group Discussion on “Dell Online”

Class #2 Logic of Business Models - Class Discussion

Class #3 Basic Global Marketing (1)

Class #4 Basic Global Marketing (2)

Class #5 Global Marketing Management (1)

Class #6 Global Marketing Management (2)

Class #7 Global Competitive Strategy - Group Discussion on “Seiko Watch Corporation”

Class #8 Global Competitive Strategy - Class Discussion

Class #9 Emerging Market Entry Strategy (1)

Class #10 Emerging Market Entry Strategy (2)
Class #11 Building Global Brands (1)
Class #12 Building Global Brands (2)
Class #13 Global Growth Strategy and Organization - "Siemens AG"
Class #14 Global Growth Strategy and Organization - "ABB ASEA Brown Boveri Limited"
Class #15 Global Operations Challenges Facing Japanese Corporations (1)
Class #16 Global Operations Challenges Facing Japanese Corporations (2)
Class #17 Globalization of Service Industries
- Group Discussion on "Starbucks Coffee Japan, Ltd."

Class #18 Globalization of Service Industries - Class Discussion
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%

Method of Evaluation:

Class attendance and contribution to discussions 50%

Term paper 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。

Textbooks:

None. However, the students may refer to the books listed below to learn about case studies related to business models and the global marketing theory.

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

Reference Books:

Horie, Ichiro. Yamada, Teruhisa. Global Marketing Strategy (Japanese Edition). Chuokeizai-Sha, 2003.

Maruya, Yuichiro. Global Marketing, The Fourth Edition (Japanese Edition). Soseisha, 2006

Morokami, Shigeto. Genealogy and New Development of International Marketing Theory (Japanese Edition). Dobunkan Shuppan, 2012

Yamada, Hideo. Why Is That Company Profitable? - Business Model Edition (Japanese Edition). Nikkei Publishing, 2012

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。

Lecturer's Comments to Students:

In class, the instructor will not only give lectures but also incorporate exercises and case discussions to achieve well-balanced learning. In-depth knowledge about marketing will not be required, but active participation in class will be the key to maximizing learning.

質問・相談:

e-mail等を通じて随時対応します。

Questions/Comments:

The students can reach the instructor via e-mail and other means of communication as necessary.

ヘルスケアポリシー 2単位(2学期)

HEALTH CARE POLICY 2credits (Fall)

ヘルスケア・マネジメント・イノベーション寄附講座

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)にかかわ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。医療と介護のシステムは、①サービス提供体制と利用方法、②住民にサービス利用を保障する社会保障制度と社会福祉制度、③サービス提供に要する費用を補填する報酬制度、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。

また、50兆円を超える産業規模の大きさ、従事者人口の多さと今後の成長、この分野を支えるために住民が貢献する公的負担の額、次世代産業の技術シーズを生み出す可能性の高さなど、どれをとっても重い意味をもつ分野なのです。

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。

Course Description:

The objective of this course is to learn the policy and the system of healthcare sector in Japan (mainly medical and long-term nursing care "LTNC") and its related functions. The medical and LTNC systems consists of the following 3 fields : 1) the service delivery system and its usage method, 2) the social security system and the social welfare system that ensures service usage to citizens, 3) the remuneration scheme for the service providers such as hospitals and clinics.

Also, the huge market size exceeding 50 trillion yen a year, the numerous numbers of professional workers, and its future growth will lead the next-generation economy in this country.

As the needs for medical care and LTNC increases more than ever along with the aging population, it is necessary for not only the managers engaged in medical and nursing business and pharmaceutical industry, but also for general business person to hold a wide range of insight on policies and systems. Furthermore, international expansion is expected for both hardware technology and software including intangible social capital. The class will proceed by questions and discussions using various documents to understand the above deeply.

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
- ⑮⑯⑰⑱ 海外のヘルスケアシステム

Course Plan

- ①② History of the Social Security System
- ③ Public Health Insurance System
- ④ Public LTNC Insurance System
- ⑤ Medical Professions
- ⑥ The Macro Medical Expenditures
- ⑦ LTNC Professions
- ⑧ Difficult Social Problem: Dementia
- ⑨⑩ Medical Care Delivery System
- ⑪⑫ Future of LTNC: Community Based Integrated Care Network
- ⑬⑭ Issues in Social Security System
- ⑮⑯⑰⑱ Healthcare Systems Overseas

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。

Method of Evaluation:

Contribution to class discussion and end-of-term report will be evaluated under the same criteria / weight.

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。

Textbooks:

Annual Health, Labour and Welfare Report 2012-2013 & 2016-2017 (Both Japanese and English Report available from Ministry of Health, Labour and Welfare HP)

Textbooks may change; please refer to the course outline due to be announced around July 2016.

参考書:

さらに読みたい人のための参考文献

島崎謙治『日本の医療一制度と政策』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・公助の新たなかたち』慶應義塾大学出版会2012

Reference Books:

Additional reference if necessary

Shimazaki Kenji, "Nihon no Iryou: Seido to Seisaku", Tokyo Daigaku Shuppankai 2011

Nishimura Shuzou(ed), National Institute of Population and Social Security Research, "Nihon Shakai no Seikatsu Fuan: Jijo Kyoujo Koujo no Aratana Katachi", Keio Gijuku Daigaku Shuppankai 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学期のヘルスケア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。

Lecturer's Comments to Students:

Prepare for each class thoroughly and be able to answer questions.

Areas handled in class are adjacent to the Healthcare Management program offered in the Spring Semester.

質問・相談:

アポイントメントはメールで tanaka@kbs.keio.ac.jp

Questions/Comments:

Appointments by e-mail : 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

2credits (Fall)

講師 村口 和孝

講師 西戸 雄太

授業科目の内容:

なぜベンチャー企業は成功したり失敗したり一見不安定に見えるのか。起業経営は、従来の大企業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違うのか。KBS卒業生がフェイスブックなど新事業に成功するための条件は何か。また前提として、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、どう理解すればよいか。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現代経済社会の中において、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。

投資先にはエクスペリアンジャパン、ジャパンケーブルキャストなどがある。成功ケースとして、携帯サービスのモバゲータウンやペイスターズ買収で話題となったDeNA(創業:南場智子)、XML応用ソフトウェア開発のインフォテリア、天然水宅配のウォーターダイレクト、調剤薬局のインファーマシーズ等を、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、ウォーターダイレクト等のキャズムを超える創業支援体験を踏まえ、使用テキストの読み込みを軸に、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で活躍する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。ほぼ毎月数回づつ、上場ベンチャー起業家や、弁護士、会計士、司法書士、社労士などゲスト実務家を、随時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

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、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。

また、今年はKBS自由科目である、7月から8月にかけて開講予定である、夏季集中の「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、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。

Course Description:

In this course, the goal is to holistically understand various aspects of starting a business through personal experiences of starting businesses like DeNA and Infotera within NTVP as well as relevant readings. This includes processes of trial and error, launching a product to maintaining sales, down to settling balance sheets. This course will also cover the contractual obligations behind starting a venture capital fund, the due diligence of investment options, and the long-term rationale and methodologies post-investment through hands-on involvement.

It should be noted that this course is not a lecture, but rather will require active participation. Every year, a start-up fair will be held at the Yagami campus of Keio University's Faculty of Science and Technology where students will form teams and create a venture capital fund. Playing the role of venture capitalist, each team will invest in the various startups present at the Yagami fair, support their operations, and compete to generate the best results. Those enrolled in this course will also provide advice to students in the Faculty of Science and Technology.

Through evaluations and investments in these small businesses, you will consider what it means to run a company as well as being a venture capitalist and give a final presentation.

授業の計画:

- 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①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①
- 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

Course Plan

1. Participation in the progress report meeting of the investee company
- 2.What is the hands on?
3. Investee companies and meeting towards the opening date of sale
- 4.The activities of VC funds towards the opening date of sale

- 5.date of sale ① investment support activities practice
- 6.date of sale ② investment support activities practice
- 7.For procedures from closing proceedings until the shareholders' meeting
- 8.Reporting and evaluation meeting of investment support activities
- 9.Support of financial statements create and audit work of the investee company
- 10.The significance of the audit
- 11.Attendance at the shareholders' meeting of the investee companies ①
- 12.The general meeting of shareholders, toward the fund closing
- 13.Attendance at the shareholders' meeting of the investee companies ①
- 14.Creating VC fund financial results
- 15.Participation in the founding experience recital of investee companies ①
- 16.VC fund investors General Meeting
- 17.Participation in the founding experience recital of investee companies ②
- 18.VC fund experience report work
- 19.business plan planning ①
- 20.VC fund experience report
- 21.business plan planning ②
- 22.What is Venture capitalists ?

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。

Method of Evaluation:

Student performance will be measured in following three categories:

- Attendance
- Short essay each lecture
- Class participation

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)、「日本のブルーオーシャン戦略」(安部 義彦、池上 重輔 著、ファーストプレス社)、「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

Textbooks:

- 1.Entrepreneurial experience notes (by NTVP)
- 2.The Four Steps to the Epiphany (by Steve Blank)
- 3.The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company (by Steve Blank , Bob Dorf)
- 4.Technology Ventures: From Idea to Enterprise (by Richard C. Dorf,Thomas H. Byers, Andrew Nelson)
- 5.Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers (by Alexander Osterwalder, Yves Pigneur)
- 6.Other books

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、夏期期間中を予定)

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。

Lecturer's Comments to Students:

venture capitalists training I .Entrepreneurial experience.After each lesson, the often open the exchange meeting that was sprinkled with experts and entrepreneurs, and participate, will be further education effect seems to be deepening, but not essential.

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 2credits (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。しかし東日本大震災や情報漏えい、異物混入などをはじめとする、企業の目的の達成を阻害する様々な災害や事故などの事象が発生し、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。

Course Description:

The objectives of the course :

The students should get a basic understanding of risk management and crisis management in line with the international standards.

The scope of the course :

Companies aim to develop continuously by providing goods and services to our society through appropriate business. However, companies may be endangered big incidents such as the various disasters and accidents. For example, the Great East Japan Earthquake, information leakage, and food contamination. You should learn two things; 1 a risk management to prevent such events, 2 a crisis management to minimize its impact. You will understand the concept of standards for risk management in this course. You will construct the risk management system of model company in every class. In addition, you will continue to analyze incidents and accidents of the corresponding cases using the case method and decision making games, etc.

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
- 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、事件事故分析
- 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、I C S
- 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) B C P、まとめ

Course Plan

- 1 (lecture) introduction, definition of risk
- 2 (lecture) standards, laws , business environment
- 3 (lecture) overview of standards of risk management, explanation of model company
- 4 (lecture/group work) policy, SWOT analysis
- 5 (lecture/group work) risk identification, risk assessment , overview of risks
- 6 (group work) case study of incident
- 7 (lecture/group work) risk estimation , risk map
- 8 (lecture/group work) risk evaluation, incident analysis
- 9 (lecture/group work) risk measures
- 10 (lecture) risk cost, role of capital, insurance

- 1 1 (lecture/group work)evaluation, corrective action
- 1 2 (lecture)review, audit, role of top management
- 1 3 (lecture/group work) crisis management basic, ICS
- 1 4 (group work)decision making game
- 1 5 (lecture)training, education, risk communication
- 1 6 (group work)table top exercise in natural disaster
- 1 7 (lecture/group work)crisis corporate communication
- 1 8 (lecture)BCP, conclusion

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)

Method of Evaluation:

Term paper 60%, contribution to the class (including attendance to class, submission of homework)40%

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

I S B N 9 7 8 - 4 - 7 9 8 0 - 3 2 8 8 - 7

Textbooks:

Risuku manejimento ga youku wakaru hon (Risk management is understood well), second edition ; Tokio Marine & Nichido Risk Consulting Co., Ltd. :Shuwa system

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)

I S B N 9 7 8 - 4 - 3 2 4 - 0 9 2 5 8 - 3

Reference Books:

Keisubukku anata no sosiki wo mamoru kikanri (Casebook crisis management to protect your organization): Crisis Management sStady Group ed.: Gyosei

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。

Lecturer's Comments to Students:

You are required to acquire the habit of thinking about incidents and accidents of corporate and public administration.

ロジスティクス論 2単位(2学期)

BUSINESS LOGISTICS 2credits (Fall)

Business logistics (Japanese-style marketing and distribution)

伊勢丹 KBS チェアシップ基金寄附講座

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

Business logistics (Japanese-style marketing and distribution)

Language of instructions: English

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.

Course Description:

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: 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

Session 11: Characteristics of Japanese Distribution: International retailers

Session 12: Characteristics of Japanese Distribution: International retailers
Session 13: Characteristics of Japanese Distribution: International retailers
Session 14: Characteristics of Japanese Distribution: Medium-sized retail firms
Session 15: Characteristics of Japanese Distribution: Convenience stores
Session 16: Characteristics of Japanese Distribution: Convenience stores
Session 17: Characteristics of Japanese Advertising
Session 18: Characteristics of Japanese Advertising Agencies
Course Plan

Session 1: Introduction and formation of groups
Session 2: 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
Session 11: Characteristics of Japanese Distribution: International retailers
Session 12: Characteristics of Japanese Distribution: International retailers
Session 13: Characteristics of Japanese Distribution: International retailers
Session 14: Characteristics of Japanese Distribution: Medium-sized retail firms
Session 15: Characteristics of Japanese Distribution: Convenience stores
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.

Method of Evaluation:

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.

Textbooks:

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) Haghirian, 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, Johny K; Nonaka, Ikujiro (2000) Relentless: The Japanese Way of Marketing
- 7) Kotabe, Masaaki; Czinkota, Michael R. (1999) Japanese Distribution Strategy: Changes and Innovations.

Reference Books:

- 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) Haghirian, 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, Johny 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 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

Lecturer's Comments to Students:

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 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 2credits (Winter)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

Language of instructions: English

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, electricity and safe drinking water will 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, electricity and safe drinking water and case discussions on recent innovations to address them.

Course Description:

<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, electricity and safe drinking water will 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, electricity and safe drinking water and case discussions on recent innovations to address them.

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) Challenge of providing electricity
- 16 (Group Work) Case
- 17 (Class) Challenge of providing safe drinking water
- 18 (Group Work) Case

Course Plan

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) Challenge of providing electricity
- 16 (Group Work) Case
- 17 (Class) Challenge of providing safe drinking water
- 18 (Group Work) Case

成績評価方法:

Class Participation 30%

Group Presentations 30%

Case Analysis 40%

Method of Evaluation:

Class Participation 30%

Group Presentations 30%

Case Analysis 40%

テキスト(教科書):

Poor Economics by Abhijit Banerjee and Esther Duflo

Textbooks:

Poor Economics by Abhijit Banerjee and Esther Duflo

医療経済学 2単位(3学期)

HEALTH ECONOMICS 2credits (Winter)

Health Economics

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。

Course Description:

Medical service affects people's lives and constitute more than 10 percent of GDP in developed countries. Although efficient and equitable resource allocation is required, various stakeholders with different interests makes it difficult. In addition, Medical services are characterized by vague causal relationship with full of uncertainty. Here we need health economics for good health system, which establishes effectiveness, efficiency, and equity of a system.

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. 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
21. 地域医療
22. 危機のマネジメント 震災と医療
23. 放射線と安全
24. 因果関係と疫学

Course Plan

1. Health system: institutions and funds
2. Economic properties of medical services, asymmetric information, demand for services, supplier induced demand
3. Economic evaluation of medical services : CBA, Conjoint, Hedonic Pricing, WTP, QALY
4. Health Technology Assessment and ITC
5. Principal agent, Moral hazard, Asymmetry
6. Insurance
7. Price and demand
8. Human resources, education, and labor market
9. Physical resources: Investment, capital, and management
10. Social common capital and medicine
11. Decision making
12. Regulation and management
13. Demography and geography of aging.
14. Macroeconomics and health
15. Medical expenditure and empirical research
16. Related industries: Medical devices
17. Related industries: pharmaceutical
18. International comparison: developed countries
19. International comparison: developing countries
20. Welfare and happiness
21. Local health
22. Crisis management
23. Radiography and safety
24. Causal relationship and epidemiology

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)

Method of Evaluation:

Class participation 40%

Homework and report 60 % (Group work is allowed upon consultation with an instructor)

テキスト(教科書):

Pindyck and Rubinfeld Microeconomics 8/e, 2012 Pearson

あるいはその翻訳『ビンダイク&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.

Textbooks:

Pindyck and Rubinfeld Microeconomics 8/e, 2012 PrenticeHall

Paul G. Hoel, Elementary Statistics, 1976, (Wiley Series in Probability and Statistics - Applied Probability and Statistics Section) 4th Edition

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

Reference Books:

Various, a course pack of main papers will be distributed.

See home page of Professor Anegawa, <http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>

or Keio JP, Class Support.

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

Lecturer's Comments to Students:

Recommended : Economic Theory I (Microeconomics), Economic Theory II (macroeconomics), and Introduction to Statistics.

質問・相談:

授業後の30分あるいは講師 e-mail 予約

Questions/Comments:

After class or by e-mail appointment

企業倫理 2単位(3学期)

BUSINESS ETHICS 2credits (Winter)

Business Ethics

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の側面、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, SRI, 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無い諸君も、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。

Course Description:

Course Objectives

In this course, we will analyze contemporary corporate management from an ethical perspective. After a brief survey of normative ethical theories, we will discuss

various ethical issues, such as effective corporate mission and values, code of conducts and compliance, informed consent in business, disclosure and confidentiality,

building an effective corporate ethics program, accountability and acceptable risk, ethical issues in multinational corporations.

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。

Course Plan

1. Introduction to Business Ethics
Introducing the historical development of business ethics, and its methodological characteristics.
Explain consequential normative ethical theories, ethical egoism and utilitarianism.
Discuss the implication of these theories in contemporary corporate managerial decisions.
2. Historical development of business ethics
Consequentialism of normative ethics
3. Consequentialism 2 Utilitarianism
4. Case1: Problems at InSpeech
5. Non-Consequential Ethical Theories
Introducing non-consequential ethical theories, deontology, right theory and theory of Justice.
Kantian deontology and Stakeholder theory
6. Case 2: Sears Auto Centers
7. Issue of human rights in corporate life
Introduction of the Human Rights Theory in Corporations
8. Case 3: Martin Marietta: Managing Corporate Ethics
9. John Rawls' theory of justice and its implication
10. Case 4: AES Honeycomb
11. Internal Issues of Ethics and Compliance
12. Case 5: Lotus Market Place: Households
The various challenges posed by multiple stakeholders
How to find a balancing point to satisfy many stakeholders and fulfill managerial accountability to the public
14. Case 6
Dow Corning Corporation: Product Stewardship
15. Japanese Corporation and Ethics

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%

Method of Evaluation:

Grading

Classroom participation: 30%

Final or Midterm Examination: 30%

Individual term paper: 40%

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)

Textbooks:

Text book, cases, reading materials

Lynn Sharp Paine. Cases in Leadership, Ethics, and Organizational Integrity: A Strategic Perspective. The McGraw-Hill Companies, Inc. (1997)

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。

Reference Books:

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

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

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。

Lecturer's Comments to Students:

Format of final paper will be explained in the first session.

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。

Questions/Comments:

If you have a question, I will be available any time before and after the classroom session.

競争戦略論 2単位(3学期)

COMPETITIVE STRATEGY 2credits (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(バ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。

Course Description:

(Introduction of Kobayashi's course "Competitive Strategy")

The purpose of this course is to learn representative theories of strategic management, as well as their adaptation to real-life business circumstances.

This course focuses upon not only strategic management but also innovation theories.

There will be several guest speakers involved, including management consultants and venture capitalists, in order to bridge the gaps between theory and practice.

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)

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

Course Plan

Strategy Theory(1): Positioning Approach to Strategy
Strategy Theory(2): Incremental Approach to Strategy
Strategy Theory(3): Innovation Management Theory
Strategy Theory(4): Business Model Innovation
Strategy Theory(5): Venture Business and Entrepreneurship
Strategy Theory(6): Resource Based View of Corporation
Strategy Theory(7): Theory and Practice at the Consulting Firms
Group Presentation(8)(9)

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

Method of Evaluation:

1. Presentation, 2.class participation, 3. group presentation, and 4) end of
the term assignment.

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。

Textbooks:

1. Reverse Innovation by Govindarajan and Trimble
2. Blue Ocean Strategy by Chan Kim and Mauborgne
3. Life Cycle Innovation by Jeffery Moore
4. Innovator's Solution by Clayton Christensen

参考書:

*興味のある方への関連図書として、パーゲルマン、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

Reference Books:

Strategic Management of Technology and Innovation, Fifth edition

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レプレナーシップ(須賀:
IP)

Lecturer's Comments to Students:

Related course: General management, Strategic consulting

金融機関経営 2単位(3学期)

MANAGEMENT OF FINANCIAL INSTITUTIONS

2credits (Winter)

企業金融論
Corporate finance

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、ペイアウト、敵対的買収、垂直統合、ペ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。

Course Description:

This course focuses on theoretical and practical issues which arise in modern corporate finance, and its major theme will be the firm's capital structure, pay-out policy and M&A.

授業の計画:

第1,2回 ロッシュによるジェネテック買収
第3,4回 ネットスケープとグーグルの上場
第5,6回 シーゲートのバイアウト
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 ボード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

Course Plan

1,2 Roche's Acquisition of Genentech
3,4 Initial Public offering of Netscape and Google
5,6 Seagate Technology Buyout
7,8 Guest Speaker
9,10 The Walt Disney Company and Pixar Inc
11,12 7-Eleven and Warabeya Nichiyō
13,14 Intel 1992
15,16 Vodafone AirTouch's Bid for Mannesmann
17,18 Guest Speaker

成績評価方法:

主に授業への貢献、ケース分析

Method of Evaluation:

Class participation and case assignment

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 2credits (Winter)

Grand Design Project 2

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1」と、3学期「グランド・デザイン・プロジェクト2」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

Course Description:

This course has two purposes. One is to provide students with "Project and Forum Education". The other is the course for students participating in "Grand Design by Japan Program" for credit. (http://anegawa.kbs.keio.ac.jp/Grand_Design_Project/) Students can take Grand Design Project I and 2 serially or take separately. Students are asked to establish own research project individually or as a group and asked to submit final project report.

1. Research method, problem finding, question formulation, writing report
2. Project & Program Management Seminar
3. Forum education
4. Project research and presentation

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

Course Plan

1-2 Introduction

3-4 Research method

5-6 Method for report writing and presentation

7-9 Forum discussion 1

10-12 Forum discussion 2

13-15 Forum discussion 3

16-18 Project

19-20 Project presentation

成績評価方法:

評価基準: 授業参加, プロジェクト・レポート

Method of Evaluation:

class participation, project report

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。

Lecturer's Comments to Students:

This course is closely related to mother program "Grand Design by Japan Program" held at KBS. Please look at HP http://anegawa.kbs.keio.ac.jp/Grand_Design_Project/index2.html or <http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html> for further information.

質問・相談:

授業後, あるいはe-mail 予約

Questions/Comments:

After class or e-mail appointment

経営革新 2単位(3学期)

MANAGEMENT OF INNOVATION AND TECHNOLOGY

2credits (Winter)

小竹 林二 KBS チェアシップ基金寄附講座

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。

Course Description:

Students learn the meaning of management innovation throughout a series of guest speakers who have been in the top management team of Honda Motors Co., Ltd. With Mr. Toshikata Amino, the former Executive Vice President of Honda of America Mfg., Inc. as a coordinator, all the speakers explain how actual operations were done and how they are linked with its management philosophy. As a whole, this series of guest speeches make a large scale "case study."

授業の計画:

経営革新 授業の計画 2017年1月ー3月

- | | |
|---------|--------------------------------|
| 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 1 1 回 | ケース討論 「次の生産拠点はどこに？」 |
| 第 1 2 回 | 同上 |
| 第 1 3 回 | 新規事業 「エネルギーの創造に向けて」 |
| 第 1 4 回 | 経営哲学と人材育成 「ホンダはどう人を育てるか」 |
| 第 1 5 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
Course Plan
2017 January-February

1. Overview of Management Innovation and Honda Motors
2. continued
3. Research & Development
4. Engineering (production technologies)
5. Global production location strategy
6. Procurement globalization
7. Marketing: Motorcycle in Asia
8. Marketing: Motorcycle in North America
9. Management of affiliated production companies
10. Class discussion and Q&A "What is management innovation?"
11. Case discussion "Where will be the next production locaton, US, Canada, or Mexico?"
12. continued
13. New business: Creating a new energy source
14. Management philosophy and human recourse development: How does Honda nurture human resources?
15. Panel discussion: "What is management innovation?"
16. continued
17. Summary session
18. continued

成績評価方法:
クラス貢献度ならびにレポート

Method of Evaluation:
Class participation and final reports

テキスト(教科書):
なし

Textbooks:
none

参考書:
なし

Reference Books:
none

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。

Lecturer's Comments to Students:
A great opportunity to apply what students learned by the time of this course, such as management theories and frameworks.

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 2credits (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)。講師両名は、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。(両名共 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。

This course utilizes the case method using various cases (mainly Harvard and Stanford Business Schools cases) with one guest speaker featuring his successful entrepreneurship in Japan, plus Business Plan Contest on the final day of the course to be prepared throughout the course period after the class-3 by all the registered students divided into 4 or 5 "companies". Both Instructors' background are quite entrepreneurial after working for the same big company (Mitsui & Co.,) and then each successfully started a separate venture, both of which eventually have gone public. Both of them hold MBA degrees from Harvard Business School. International students with strong interest in entrepreneurial situation in Japan are especially encouraged to join this unique bi-cultural entrepreneurship course.

講師 須賀 等
講師 玉置 浩伸

授業科目の内容:

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, which is particularly true in the last few years when the number of IPO's has declined dramatically and many major venture capitals are suffering from large losses in Japan. 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 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.

Course Description:

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, which is particularly true in the last few years when the number of IPO's has declined dramatically and many major venture capitals are suffering from large losses in Japan. 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 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。講師両名は、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。(両名共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

Course Plan

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).

Method of Evaluation:

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.

Textbooks:

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>
Reference Books:

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.

Lecturer's Comments to Students:

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 2credits (Winter)

経営に必要なビジネスの法律と知財

A law and Intellectual Property of the business necessary for management

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、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。

Course Description:

・ Learning target

By using the trouble cases really occurred by the subject in the electronics industry of Japan in respect of legal and intellectual property issues, you can learn it why such cases were occurred and how such cases influence business management through a lecture and practice. As a viewpoint to take management on, by utilizing the specialist in law such as a lawyer, or the patent attorney in Japan etc. effectively, you will aim for wearing ability to prevent the business risk and give success probability of the business to in future.

・ Summary

1 theme by 2 sessions is provided and a case study by the group practice is performed every time. In the first half, the premise knowledge is lectured and the latter half, the discussion for the subject issue by a group unit is made. Each group makes a presentation for the examination result, and a lecturer and students argue for the subject interactively afterwards. By a theme, the relative specialists in the field of specific law (such as legal manager of the company, lawyer, or patent attorney etc. in Japan) participates in a discussion. 8 cases in total are provided including 3 cases performing simulated negotiations.

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

Course Plan

・ Session 1.2

Theme ①: Business alliance to begin with Non-Disclosure Agreement

A field: Contract Law, Negotiations Theory

Case: Simulated negotiations of the Non-Disclosure Agreement

・ Session 3.4

Theme ②: A right of Patent, Design and Trademark

A field: Patent, Design and Trademark Law

Case: Utilization of the Patent in business

・ Session 5.6

Theme ③: Infringement of the Patent Right

A field: Patent Law

Case: Claim letter warning the infringement of the Patent Right

・ Session 7.8

- Theme ④: Value and risk of Copyright in business
A field: Copyright Law
Case: License negotiations of the Copyright
• Session 9.10.11.12
- Theme ⑤: The establishment of the company and its finance strategy
A field: Company law
Case: The establishment and financing of the company
• Session 13.14
- Theme ⑥: The establishment negotiations of Joint Venture
A field: Contract Law, Negotiations Theory
Case: Simulated negotiations of the Joint Venture establishment
• Session 15.16
- Theme ⑦: Business restrictions by the Antitrust Law
A field: Antitrust Law
Case: Business restrictions by the Antitrust Law of Joint Development
• Session 17.18
- Theme ⑧: Compliance and Risk Management
A field: Product liability law
Case: Simulated the press conference for PL claim

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法分野、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。

Method of Evaluation:

Report (once) and Class contribution.

The report is made about the specific field of law or the whole from a theme. The class contribution by the mutual evaluations in the member of the group practice (cross evaluation) is added to the personal evaluation.

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。

Textbooks:

Particularly, there is not the designated textbook, but introduces a recommendation book to every each theme.

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

Lecturer's Comments to Students:

As a premise of the study, the technical knowledge of the law in Japan does not need it, but, after a theme, it is desirable to read a recommendation book, and to learn it by yourself. An associated subject: Management Law I

財務理論 2単位(3学期)

FINANCIAL THEORY 2credits (Winter)

マーケットと企業
Financial Management and Market

教授 高橋 大志

授業科目の内容:

企業は、資金調達や投資などの意思決定などにおいてマーケットと適切に向き合ってゆく必要がある。本講義では、企業活動において重要な役割を果たすマーケットと企業に焦点をあてた議論を行う。講義を通じ、経営者や財務プロフェッショナルとして最適な意思決定を行うために不可欠な投資評価、リスクマネジメントなどの財務上の意思決定に関する議論についての理解を深めることを目的とする。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。更に、本講義では、マーケットおよび企業財務データの分析を通じ、分析手法についての理解を深めることを試みる。

Course Description:

This course covers the following topics.

- 1.Fixed Income
- 2.Modern Portfolio Theory
- 3.Derivatives

授業の計画:

- 1.債券による資金調達: 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

Course Plan

- 1.Introduction
- 2.Termstructure of Interest Rates
- 3.Credit Risk
- 4.Duration, Convexity, Immunization
- 5.Mean-Variance Analysis
- 6.CAPM,APT
- 7.Forward, Futurte, Swap
- 8.Option 1:Binomial Model
- 9.Option 2:Black-Scholes equation

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。

Method of Evaluation:

Evaluation is based on examinations, contribution to the class and report

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.

Textbooks:

Luenberger,David G., Investment Science

参考書:

『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.

Reference Books:

Principles of Corporate Finance, R. Brealey, S. Myers, F. Allen

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、マーケットと企業に関する専門的知識を深めることを目的とする。

Lecturer's Comments to Students:

This course covers topics related to financial management and asset pricing.

Related course is "financial management".

システムと技術マネジメント 2単位(3学期)

SYSTEM AND TECHNOLOGY MANAGEMENT

2credits (Winter)

特任講師(非常勤) 都丸 孝之

市場戦略論 2単位(3学期)

MARKET STRATEGY 2credits (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インターネット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、なかでもインターネット・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。

Course Description:

This course is designed to learn digital marketing for online and offline companies. The topics included in this course are as follows: consumer behavior on the internet, triple media strategy, omni-channel strategy for offline retail store, social network services, multi-sided platform, user acquisition and retention of web service, and marketing strategy for IT start-ups. The students learn various aspects of digital marketing via lectures, cases, and group work.

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. オフライン企業のウェブ・マーケティング1
6. オフライン企業のウェブ・マーケティング2
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

Course Plan

1. Marketing and the Internet
2. Group work orientation
3. Consumer behavior and the Internet 1
4. Consumer behavior and the Internet 2
5. Digital marketing for offline companies 1
6. Digital marketing for offline companies 2
7. User acquisition strategy for web service 1
8. User acquisition strategy for web service 2
9. Business strategy for IT start-ups 1
10. Business strategy for IT start-ups 2
11. Multi-sided platform 1
12. Multi-sided platform 2
13. Key success factor for web service 1
14. Key success factor for web service 2
15. Group work 1
16. Group work 2
17. Group presentation 1
18. Group presentation 2

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。

Method of Evaluation:

Class attendance, class participation, report, and group work.

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 2credits (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。

Course Description:

Focusing on the importance of diversification of consumer behavior, this course deals with the various aspects of internal/external factors influencing consumer decision making process.

授業の計画:

第1回 インTRODクダクシヨシヨシ

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

Course Plan

Session 1: Introduction

Session 2: Consumer Behavior and Marketing Management

Session 3 to 8: Internal/External factors affecting Consumer Behavior

Session 9 to 12: Case Study

Session 13 to 14: Consumer Behavior and Brand Management

Session 15 to 18: Project Preparation and Presentation

*Above course plan is subject to change.

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。

Method of Evaluation:

Evaluation will be made based on the participation to the class discussion and group project presentation.

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

情報と意思決定 2単位(3学期)

INFORMATION AND DECISION 2credits (Winter)

准教授 渡邊 直樹

人的資源戦略 2単位(3学期)

STRATEGIC HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

2credits (Winter)

専任講師 大藪 毅

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

2credits (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。

Course Description:

After studying the microeconomics foundations of program evaluations and cost-benefit analysis and cost-effectiveness analysis, this course will cover methodological issues of program evaluations. These include measuring cost and benefit and statistical methods for program evaluations. In the latter half of the course, students will exercise program evaluations in real world settings.

授業の計画:

1. イントロダクシヨシヨシ
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)

Course Plan

- 1. Introduction
- 2. Economic efficiency, income distribution and market mechanism
- 3. Market failures
- 4. Compensating variation and equivalent variation
- 5. Measuring costs
- 6. Measuring benefits
- 7. Statistics for program valuation 1
- 8. Statistics for program valuation 2
- 9. Statistics for program valuation 3
- 10. Workshop 1 (problem settings)
- 11. Workshop 2
- 12. Workshop 3
- 13. Workshop 4
- 14. Workshop 5 (mid-term presentations)
- 15. Workshop 6
- 16. Workshop 7
- 17. Workshop 8
- 18. Workshop 9 (final presentations)

成績評価方法:

クラスへの貢献と期末レポート。

Method of Evaluation:

Class participation and term paper

テキスト(教科書):

開講後に指示する。

Textbooks:

To be announced.

参考書:

開講後に指示する。

Reference Books:

To be announced.

生産システム設計論 2単位(3学期)

DESIGN OF PRODUCTION SYSTEMS 2credits (Winter)

教授 河野 宏和

専任講師 (有期) 市来 崙 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。これまでは、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。

Course Description:

The course covers tools and concepts of operation analysis and improvement, totally through field work at a manufacturing factory. Students are divided into several sub-groups, each with specific theme and process to analyse and improve. Each week, students spend half day at a factory to get data for analysis. The field work will give students with on-site and hands-on experience which cannot be obtained in classrooms. At the end of the course, results and proposals are presented to the factory, with the attendance of factory managers.

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

多国籍組織・戦略 2単位(3学期)

MULTINATIONAL ORGANIZATIONS AND STRATEGY:

ORGANIZATION MANAGEMENT IN JAPAN 2

2credits (Winter)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

Language of instruction: English

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.

Course Description:

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.

Course Plan

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 thin 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%

Method of Evaluation:

Grade allocation:

Class participation:

Individual participation 50%

Individual presentation 10%

Group assignment:

Group class presentations 10%

Group term paper 30%

テキスト(教科書):

To be announced

Textbooks:

To be announced

参考書:

To be announced

Reference Books:
To be announced

タックス・プランニング 2単位(3学期)
TAX PLANNING 2credits (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、税法学、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。

Course Description:

In this course, the students learn the basics of income tax, corporate tax, inheritance tax, and method of tax planning.

授業の計画:

- 第1回 インTRODクシヨシ
- 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

Course Plan

- Session 1: Introduction
- Session 2-8: Individual income tax
- Session 9-12: Corporate income tax
- Session 13-14: International tax
- Session 15-16: Transfer pricing taxation
- Session 17-18: Inheritance tax

成績評価方法:

出席+授業貢献点: 30%、宿題: 30%、期末レポート: 40%

Method of Evaluation:

Class participation: 30%, Homework: 30%, Term report: 40%

テキスト(教科書):

主に配布資料およびケース

Textbooks:

Handouts and Cases. (details will be informed later.)

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 2credits (Winter)

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

Course Description:

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)
- Course Plan**

- 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
- Method of Evaluation:**
- 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 2credits (Winter)

准教授 小幡 績

日本の経営環境 2単位(3学期)
JAPANESE BUSINESS ENVIRONMENT 2credits (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

Course Description:

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

Course Plan

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.

Method of Evaluation:

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 2credits (Winter)

教授 林 高樹

授業科目の内容:

本授業では、さまざまな統計的手法を学び、これらの手法を実務に活用できるようにすることを目指す。統計ソフトウェアを利用しながら学習する。

Course Description:

This course provides an opportunity for students to develop practical skills of statistical data analysis that are in demand for making appropriate decisions in business applications. The course introduces students to the R programming language, which is used throughout the course.

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。

Course Plan

Topics to be covered: descriptive statistics, visualization, hypothesis testing, analysis of variance, multiple linear regression, logistic regression, discriminant analysis, principal component analysis, factor analysis, cluster analysis, association analysis and other multivariate analysis methods.

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。

Method of Evaluation:

Based on class attendance and participation, homework, term project reports, and oral presentations.

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。

Lecturer's Comments to Students:

No mathematical background beyond high school algebra is required. Strongly recommended to complete "Introductory Statistics" of the Spring Term or equivalent.

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

2credits (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.

Course Description:

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 Course Plan

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%

Method of Evaluation:

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

Textbooks:

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)

Reference Books:

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 2credits (Winter)

マーケティング・コミュニケーション戦略の策定

Planning Marketing-Communication Strategy

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、広告や広報と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。

Course Description:

This course aims at the development of Marketing-Communication strategy from the view point of Marketing Management such as ads, public relations, sales promotions, IMC, media planning, and cross media via literature review, case discussion and group presentations.

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」

Course Plan

Sessions 1&2

Introduction to Marketing Communication

Sessions 3&4

Sales Promotion

Creative Management

Sessions 5&6

Marketing Communication Strategy

Sessions 7&8

Marketing Communication Management

Sessions 9&10

Marketing Communication and Brand Management

Sessions 11&12

Intergrated Marketing Communication Strategy

Sessions 13&14

Relationship Marketing and Communication Strategy

Sessions 15&16

Intergrated Marketing Strategy

Sessions 17&18

Group Presentation "Marketing Communicatin Strategy"

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

Method of Evaluation:

20% Group Assignment

20% Class Contribution

30% Mid-term Presentation

30% Final Presentatation

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。

Textbooks:

Kishi, Tanaka, Shimamura (2008), Modern Ads Theory. Yuhikaku-Publisher.

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

Lecturer's Comments to Students:

Related Classes: Marketing (Core), Market Strategy, Marketing Channel, Consumer Behavior, Marketing Strategy in Japan

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

2credits (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おうと(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」「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(Sessions 1 and 3)から第5日(Sessions 13 and 15)までは、Part Oneと

Part Twoに分けて演習を行う。第6日(Session 16 and 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28日(土)から7月2日(土)の毎週土曜日第3・4・5時限の延べ6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チベーション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。

Course Description:

Course Description

This six-week intensive course is designed for those of you who seek to enhance business communication skills in English both in writing and speaking for your professional success at the forefront of global business. It enables you to evaluate strategically your own contents and styles of messages to your business counterparts from various perspectives so that the respective messages would become most effective in diverse business contents and contexts. This course introduces various mini business case scenarios for which you need to create your messages, both in writing and speaking as if you were the manager in charge of those real-world business situations. It also introduces various video speeches delivered by world-class business leaders, both native and nonnative speakers of English, covering various management competencies and mindsets. You are to discuss in class your thoughts and experiences in line with the significance of the executive messages. Typical topics discussed will be on various management resources, e.g., financial resources, human resources, production resources and information technology. The course is structured in two parts: part one for writing strategy and part two for oral presentation strategy based on the following Learning Objectives and Learning Outcomes:

1. Learning Objectives

The aims of this course are to enable you to:

---Create written and spoken business messages to embody the concept that “the ultimate objective of business is to motivate your counterparts to do what you would like them to do for you.” To achieve the goal, you will learn to carefully examine what to positively mention and what to strategically refrain from mentioning in each message and maximize the power of each message to suit your particular purpose based on assigned tasks before coming to the class.

---Organize each message for the particular context and make it (i) clear, (ii) concise, (iii) complete, (iv) correct and (v) courteous in order for you to demonstrate a high level of your professional acumen as well as for your organization to enhance its positive and favorable brand image to the stakeholders.

---Learn the fact that, in the global business arena, there are many successful world-class business executives regardless of their nationalities and mother tongues, who have diverse professional and personal backgrounds. You also learn that you need to become familiar with various kinds of English used by nonnative speakers to ensure smooth communication, preventing peculiar linguistic variations from leading to misunderstanding and confusion.

---Recognize the importance of understanding how cultures influence an individual's values, habits and communication styles. At the same time, you come to realize that over-emphasis on insignificant cultural

idiosyncrasies has the danger of becoming discriminatory and obsolete stereotypes.

2. Learning Outcomes

Successful students will be able to:

---Communicate effectively and strategically with your business counterparts and stakeholders to motivate them to take actions to your advantage using your enhanced active/productive skills in English and achieve your business objectives to contribute to the success of your organization.

---Improve the ability to “speak as you write” and “write as you speak” in a plain and yet succinct and sophisticated language even when you discuss such complex issues as technical explanations on resource management.

---Become conversant with various oral presentation techniques, including effective organization of your statements in a most logical manner to gain and maintain your audience’s attention to and interest in your subjects to talk about.

---Carefully select the most appropriate words and expressions to ensure accurate understanding of your message by people with diverse ethnic and business backgrounds, keeping in mind that the same words can mean different things to different people and the more words you use the more capacity there is for misunderstanding.

授業の計画:

第1日(5月28日土曜日 第3・4・5時限)

第2日(6月4日土曜日 第3・4・5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I R・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

Clarity

Sir David Bell, Pearson

IN BRIEF

The FT Group’s Chairman gives insights into clarity of communication and suggests ways to avoid the pitfalls of jargon and generic e-mail. Clarity should be universally practiced across all company communication. Don’t clutter written communication with unnecessary long-windedness: keep it precise and to the point. (Duration 5:00)

Keep It Simple

Lord Sharman, Aegis Group

IN BRIEF

Simplicity in communication is key - especially in large organizations. Be aware that people can interpret the same words differently, so keep communication concise to avoid the potential for misunderstanding. (Duration 2:19)

Don’t Over-Detail

Colin Day, Reckitt Benckiser

The devil is in the details, but Colin Day advises leaders not to become so hyper-focused on details that they lose sight of the intuition that is necessary to true growth and innovation.

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. (Duration 3:11)

第3日(6月11日土曜日 第3・4・5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①～⑥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。

① Fortune 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

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. (Duration 6:07)

Great Brands are Built on Lasting Values

Howard Lester, Williams-Sonoma

IN BRIEF

Integrity, trust and honesty are the lasting values upon which great brands are built. Building these values into the vision of the organization resonates positively with employees, customers and suppliers alike. (Duration 3:21)

第4日(6月18日土曜日 第3・4・5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)の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、個々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

Sire John Banham, Johson 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. (Duration 5:02)

The Transition From Management To Leadership

Dina Dublon, Microsoft, Accenture & PepsiCo

IN BRIEF

It can be some time after making the transition from management to leadership before other people feel comfortable treating individuals in a way that reflects their new responsibilities. However, once this transition has happened, those people will be sought for their opinion and listened to in a very different manner than they had been before. (Duration 3:32)

Leadership Is What You Do, Not What You Say

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

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. (Duration 4:21)

第5日(6月25日土曜日 第3・4・5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、外的条件、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

Timing Your Entry Into New Markets

Lord Paul, The Caparo Group

IN BRIEF

In business correct timing is essential, and every market has a timed window. Keep a close eye on the markets you're interested in and seize opportunities that arise there quickly. Miss them, however, and you could be waiting some time for another chance. (Duration 5:04)

Prepare Thoroughly And Know Your Audience

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. (Duration 4:53)

Building Trust Before Negotiating

Mark Gerzon, Mediators Foundation

IN BRIEF

Before entering into negotiations, assess the level of trust. Mark Gerzon cautions that negotiation without first having in place a trust level that can sustain the negotiation will only sabotage the deal. (Duration 3:06)

第6日(7月2日土曜日 第3・4・5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。

Course Plan

Week 1: Saturday, May 28th (Sessions 1, 2 and 3)

Week 2: Saturday, June 4th (Sessions 4, 5 and 6)

Five Principles of Business Communication Strategy

Part 1 Create various email messages based on assigned business scenarios. The

lesson focus is on how to maximize the impact of each message by selecting

clear, concise, complete, correct and courteous language. Develop skills to write succinct messages in a sophisticated manner:

Part 2 Discuss the main points of the following three assigned executive speeches on fundamentals of business communication:

Clarity by Sir David Bell, Pearson

IN BRIEF

The FT Group's Chairman gives insights into clarity of communication and suggests ways to avoid the pitfalls of jargon and generic e-mail.

Clarity should be universally practiced across all company communication. Don't clutter written communication with unnecessary long-windedness: keep it precise and to the point.

Keep It Simple by Lord Sharman, Aegis Group

IN BRIEF

Simplicity in communication is key - especially in large organizations. Be aware that people can interpret the same words differently, so keep communication concise to avoid the potential for misunderstanding.

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.

Week 3: Saturday, June 11th (Sessions 7, 8 and 9)

Presentation on Company Profile and Individual Professional Backgrounds

Part 1 Each of you will make a presentation on one of the assigned topics, such as your company's business, management philosophy, financial conditions and forecast, etc., or your own professional and personal backgrounds. Develop skills to describe various facts and circumstances in a plain and sophisticated language that everyone can clearly understand without confusion.

Part 2 Discuss the main points of the following two assigned executive speeches on external communication on 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.

Great Brands are Built on Lasting Values by Howard Lester, Williams-Sonoma

IN BRIEF

Integrity, trust and honesty are the lasting values upon which great brands are built. Building these values into the vision of the organization resonates positively with employees, customers and suppliers alike.

Week 4: Saturday, June 18th (Sessions 10, 11 and 12)

Employee's Performance Coaching and Leadership

Part 1 Each of you will participate in an employee coaching role play in which the manager needs to discuss one of his/her outstanding staff members whose performance has recently been deteriorating due to her being caught up in MBA studies. Develop skills in structuring your coaching meeting with your objective of encouraging her to improve poor work habits rather than discharging her.

Part 2 Discuss the main points of the following four assigned executive speeches on 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. The Transition From Management To Leadership by Dina Dublon, Microsoft, Accenture & PepsiCo

IN BRIEF

It can be some time after making the transition from management to leadership before other people feel comfortable treating individuals in a way that reflects their new responsibilities. However, once this transition has happened, those people will be sought for their opinion and listened to in a very different manner than they had been before.

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

Week 5: Saturday, June 25th (Sessions 13, 14 and 15)

Proposing and Negotiating a Three-party Joint Venture Project

Part 1 The class will be divided into three groups and each group represents the interests of one of the three companies under the assigned scenario of launching a joint venture company. You will learn how the project leading company should present essential elements of the proposed joint venture company and invite prospective partner companies to play their essential roles in the project. You will also learn various negotiation techniques to effectively manage conflicts and reach an agreement that has desirable outcomes for every party involved.

Part 2 Discuss the main points of the following three assigned executive speeches on proposing a new business:

Timing Your Entry Into New Markets by Lord Paul, The Caparo Group

IN BRIEF

In business correct timing is essential, and every market has a timed window. Keep a close eye on the markets you're interested in and seize opportunities that arise there quickly. Miss them, however, and you could be waiting some time for another chance.

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.

Building Trust Before Negotiating by Mark Gerzon, Mediators Foundation

IN BRIEF

Before entering into negotiations, assess the level of trust. Mark Gerzon cautions that negotiating without first having in place a trust level that can sustain the negotiation will only sabotage the deal.

Week 6: Saturday, July 2nd (Sessions 16, 17 and 18)

Final Individual Presentation and Course Wrap-up

Part 1 Each of you will make the final presentation for the course on any subject of your choice and demonstrate all what you have learned throughout the class work. You will be evaluated by your classmates and you will answer any questions they might ask.

You will ask questions and make comments as the instructor wraps up the entire course activities.

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%

Method of Evaluation:

Class participation: 40%

Individual home assignments: 30%

Final presentation: 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約US\$100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。

Textbooks:

No textbook will be assigned. Instead, for Part 1 exercise, home assignments and related course materials will be delivered via website. For Part 2 exercise, you are expected to purchase a one-year license for SkillSoft (www.skillsoft.com) web-based video collections of some 4,000 executive speeches, from which the speeches listed above are selected for class discussion. Those of you who take this course are strongly encouraged to continue accessing many additional speeches even after completing the course. If you intend to take this course, you should contact the Office of Student Services for details on how to purchase the license at a special discount price and how to test view the website to prepare for the first week class session.

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。

Reference Books:

No reference books will be introduced. You should fully take advantage of the above-mentioned SkillSoft (www.skillsoft.com) web-based video collections of some 4,000 executive speeches, instead. During the class discussion, you will become familiar with how you derive the maximum benefit from the video contents.

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。

Lecturer's Comments to Students:

This course primarily focuses on the insights and mindsets that you need to have in successfully managing specific business activities at the forefront of global business. While you pursue the course work, however, you will realize that the essence of business communication strategy also works in your daily communication under non-business circumstances or with non-business people. You are expected to exercise what you will learned from this course in your any interpersonal communication.

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。

Questions/Comments:

This course is highly interactive in nature and your questions and comments are always welcomed during and after the class, even after you have completed the course. Use yksadamori@aol.com for email communication.

統計学入門 2単位(1学期)

INTRODUCTION TO STATISTICS 2credits (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、推定・検定、相関・回帰など)について表計算

ソフトなどを使い、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。

Course Description:

This course is designed to introduce the elementary knowledge of quantitative analysis and statistical decision making. The focus of the course will be on the teamwork improving role of such knowledge or thinking tools. Through the course, the students are encouraged to share their knowledge, understanding, technique or opinion to solve the decision making problems.

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

Course Plan

1. Introduction
2. Basic mathematics for statistics
3. Hypothesis testing and verification
4. Exercise and/or discussion
5. Data property (average, deviation, distribution)
6. Exercise and/or discussion
7. Data acquisition, processing and analysis
8. Exercise and/or discussion
9. Regression analysis
10. Exercise and/or discussion
11. Application of data analysis
12. Exercise and/or discussion
13. Simulation with probability distribution
14. Exercise and/or discussion
15. Business data analysis
16. Exercise and/or discussion
17. Group work presentation and discussion
18. Comment on group work presentations

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。

Method of Evaluation:

The way in which this student is evaluated consists of different methods. These include, but are not limited to, class contribution, group work and/or group presentation.

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。

Lecturer's Comments to Students:

This course is designed for students who are not familiar with the statistics, mathematics or quantitative data analysis. However, students are strongly expected of autonomous exploration and active participation to improve the mutual learning. Note PC and MS Excel are required. Course plan and/or topics of exercises are subject to change regarding students' interests.

質問・相談:

村上敏也 (toshiya@a7.keio.jp)

Questions/Comments:

Toshiya Murakami (toshiya@a7.keio.jp)

アカデミック・ライティング 2単位(2学期)

ACADEMIC WRITING 2credits (Fall)

Writing an Academic Paper in English

Writing an Academic Paper in English

講師 和田 朋子

授業科目の内容:

The aim of this course is to help intermediate (competent in writing simple English paragraphs) learners of English to develop their skills to write academic papers in English. Language, as it is often said, is no more than a tool that conveys what one wishes to express. This course will focus both on the content and technique aspects of students' academic writing. By the end of this course, students will hopefully be able to write well-organized papers at the level that would be accepted at graduate schools in English-speaking countries.

Course Description:

The aim of this course is to help intermediate (competent in writing simple English paragraphs) learners of English to develop their skills to write academic papers in English. Language, as it is often said, is no more than a tool that conveys what one wishes to express. This course will focus both on the content and technique aspects of students' academic writing. By the end of this course, students will hopefully be able to write well-organized papers at the level that would be accepted at graduate schools in English-speaking countries.

授業の計画:

- 第1回 An introduction to writing an academic paper
- 第2回 Looking at and understanding the introduction
- 第3回 Looking at and understanding the literature review
- 第4回 Looking at and understanding the analysis and discussion
- 第5回 Looking at and understanding the conclusion
- 第6回 Looking at and analyzing a model paper
- 第7回 Deciding on your topic
- 第8回 Deciding on your outline
- 第9回 Finalizing your topic
- 第10回 Finalizing your outline
- 第11回 Making references / Citations
- 第12回 Writing the introduction
- 第13回 Writing the literature review
- 第14回 Writing the analysis and discussion
- 第15回 Writing the conclusion
- 第16回 Editing
- 第17回 Final consulting session/Deadline date of the final draft
- 第18回 Final feedback

その他: レポート

Course Plan

- 第1回 An introduction to writing an academic paper
- 第2回 Looking at and understanding the introduction
- 第3回 Looking at and understanding the literature review
- 第4回 Looking at and understanding the analysis and discussion
- 第5回 Looking at and understanding the conclusion
- 第6回 Looking at and analyzing a model paper
- 第7回 Deciding on your topic
- 第8回 Deciding on your outline
- 第9回 Finalizing your topic
- 第10回 Finalizing your outline
- 第11回 Making references / Citations

- 第12回 Writing the introduction
- 第13回 Writing the literature review
- 第14回 Writing the analysis and discussion
- 第15回 Writing the conclusion
- 第16回 Editing
- 第17回 Final consulting session/Deadline date of the final draft
- 第18回 Final feedback

その他: レポート

成績評価方法:

Students will be assessed by the quality of work they do in class and by how much they have improved during the course. The quality of the paper handed in at the end of the term will be considered as the final assessment.

Method of Evaluation:

Students will be assessed by the quality of work they do in class and by how much they have improved during the course. The quality of the paper handed in at the end of the term will be considered as the final assessment.

テキスト(教科書):

『[増補改訂版] はじめての英語論文: パターン表現&文例集』和田朋子 (すばる舎, 2013, ¥2,400) ISBN:978-47991-0287-9

*Other handouts and files will be distributed by the instructor when necessary.

Textbooks:

WADA, Tomoko (2013)

Hajimete-no Eigo-ronbun: formulaic phrases and structures

ISBN:978-47991-0287-9

担当教員から履修者へのコメント:

Only those students who are academically motivated are welcomed in this course. It is also advised that participants have a particular academic field that they are interested in since they will be asked to write one well-developed, in-depth PAPER (about 2500 words or more) on a certain academic topic during the course.

Lecturer's Comments to Students:

Only those students who are academically motivated are welcomed in this course. It is also advised that participants have a particular academic field that they are interested in since they will be asked to write one well-developed, in-depth PAPER (about 2500 words or more) on a certain academic topic during the course.

質問・相談:

Please contact me at wadaアットcc.kogakuin.ac.jp

Questions/Comments:

Please contact me at wadaアットcc.kogakuin.ac.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

2credits (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おうこと(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 shows 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。「聞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、重要な細部を聞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（Sessions 1 and 3）から第5日（Sessions 13 and 15）までは、Part OneとPart Twoに分けて演習を行う。第6日（Session 16 and 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月中下旬から11月中下旬の延べ9日間の集中授業を予定している。英語のskills building という観点からは短期間の授業ではあるが、毎回3時限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。

Course Description:

Course Description

This course is designed for those of you who seek to enhance business communication skills in English both in writing and speaking for your professional success at the forefront of global business. It enables you to evaluate strategically your own contents and styles of messages to your business counterparts from various perspectives so that the respective

messages would become most effective in diverse business contents and contexts. This course introduces various mini business case scenarios for which you need to create your messages, both in writing and speaking as if you were the manager in charge of those real-world business situations. It also introduces various video speeches delivered by world-class business leaders, both native and nonnative speakers of English, covering various management competencies and mindsets. You are to discuss in class your thoughts and experiences in line with the significance of the executive messages. Typical topics discussed will be on various management resources, e.g., financial resources, human resources, production resources and information technology. The course is structured in two parts: part one for writing strategy and part two for oral presentation strategy based on the following Learning Objectives and Learning Outcomes:

1. Learning Objectives

The aims of this course are to enable you to:

---Create written and spoken business messages to embody the concept that “the ultimate objective of business is to motivate your counterparts to do what you would like them to do for you.” To achieve the goal, you will learn to carefully examine what to positively mention and what to strategically refrain from mentioning in each message and maximize the power of each message to suit your particular purpose based on assigned tasks before coming to the class.

---Organize each message for the particular context and make it (i) clear, (ii) concise, (iii) complete, (iv) correct and (v) courteous in order for you to demonstrate a high level of your professional acumen as well as for your organization to enhance its positive and favorable brand image to the stakeholders.

---Learn the fact that, in the global business arena, there are many successful world-class business executives regardless of their nationalities and mother tongues, who have diverse professional and personal backgrounds. You also learn that you need to become familiar with various kinds of English used by nonnative speakers to ensure smooth communication, preventing peculiar linguistic variations from leading to misunderstanding and confusion.

---Recognize the importance of understanding how cultures influence an individual’s values, habits and communication styles. At the same time, you come to realize that over-emphasis on insignificant cultural idiosyncrasies has the danger of becoming discriminatory and obsolete stereotypes.

2. Learning Outcomes

Successful students will be able to:

---Communicate effectively and strategically with your business counterparts and stakeholders to motivate them to take actions to your advantage using your enhanced active/productive skills in English and achieve your business objectives to contribute to the success of your organization.

---Improve the ability to “speak as you write” and “write as you speak” in a plain and yet succinct and sophisticated language even when you discuss such complex issues as technical explanations on resource management.

---Become conversant with various oral presentation techniques, including effective organization of your statements in a most logical manner to gain and maintain your audience’s attention to and interest in your subjects to talk about.

---Carefully select the most appropriate words and expressions to ensure accurate understanding of your message by people with diverse ethnic and business backgrounds, keeping in mind that the same words can mean different things to different people and the more words you use the more capacity there is for misunderstanding.

授業の計画:

第1日目

第2日目

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I R・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

Clarity

Sir David Bell, Pearson

IN BRIEF

The FT Group's Chairman gives insights into clarity of communication and suggests ways to avoid the pitfalls of jargon and generic e-mail. Clarity should be universally practiced across all company communication. Don't clutter written communication with unnecessary long-windedness: keep it precise and to the point. (Duration 5:00)

Keep It Simple

Lord Sharman, Aegis Group

IN BRIEF

Simplicity in communication is key - especially in large organizations. Be aware that people can interpret the same words differently, so keep communication concise to avoid the potential for misunderstanding. (Duration 2:19)

Don't Over-Detail

Colin Day, Reckitt Benckiser

The devil is in the details, but Colin Day advises leaders not to become so hyper-focused on details that they lose sight of the intuition that is necessary to true growth and innovation.

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. (Duration 3:11)

第3日目

第4日目

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①～⑥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。

① Fortune 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

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. (Duration 6:07)

Great Brands are Built on Lasting Values

Howard Lester, Williams-Sonoma

IN BRIEF

Integrity, trust and honesty are the lasting values upon which great brands are built. Building these values into the vision of the organization resonates positively with employees, customers and suppliers alike. (Duration 3:21)

第5日目

第6日目

部下の業績評価とリーダーシップ

Part One

事前にも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

Sire 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. (Duration 5:02)

The Transition From Management To Leadership

Dina Dublon, Microsoft, Accenture & PepsiCo

IN BRIEF

It can be some time after making the transition from management to leadership before other people feel comfortable treating individuals in a way that reflects their new responsibilities. However, once this transition

has happened, those people will be sought for their opinion and listened to in a very different manner than they had been before. (Duration 3:32)

Leadership Is What You Do, Not What You Say
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
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. (Duration 4:21)

第7日目
第8日目

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
Timing Your Entry Into New Markets
Lord Paul, The Caparo Group
IN BRIEF

In business correct timing is essential, and every market has a timed window. Keep a close eye on the markets you're interested in and seize opportunities that arise there quickly. Miss them, however, and you could be waiting some time for another chance. (Duration 5:04)

Prepare Thoroughly And Know Your Audience
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. (Duration 4:53)

Building Trust Before Negotiating
Mark Gerzon, Mediators Foundation
IN BRIEF

Before entering into negotiations, assess the level of trust. Mark Gerzon cautions that negotiation without first having in place a trust level that can sustain the negotiation will only sabotage the deal. (Duration 3:06)

第9日目

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。

Course Plan

Week 1 & Week 2

Five Principles of Business Communication Strategy

Part 1 Create various email messages based on assigned business scenarios. The lesson focus is on how to maximize the impact of each message by selecting clear, concise, complete, correct and courteous language. Develop skills to write succinct messages in a sophisticated manner:

Part 2 Discuss the main points of the following three assigned executive speeches on fundamentals of business communication:

Clarity by Sir David Bell, Pearson

IN BRIEF

The FT Group's Chairman gives insights into clarity of communication and suggests ways to avoid the pitfalls of jargon and generic e-mail. Clarity should be universally practiced across all company communication. Don't clutter written communication with unnecessary long-windedness: keep it precise and to the point.

Keep It Simple by Lord Sharman, Aegis Group

IN BRIEF

Simplicity in communication is key - especially in large organizations. Be aware that people can interpret the same words differently, so keep communication concise to avoid the potential for misunderstanding.

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.

Week 3 & Week 4

Presentation on Company Profile and Individual Professional Backgrounds

Part 1 Each of you will make a presentation on one of the assigned topics, such as your company's business, management philosophy, financial conditions and forecast, etc., or your own professional and personal backgrounds. Develop skills to describe various facts and circumstances in a plain and sophisticated language that everyone can clearly understand without confusion.

Part 2 Discuss the main points of the following two assigned executive speeches on external communication on 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.

Great Brands are Built on Lasting Values by Howard Lester, Williams-Sonoma

IN BRIEF

Integrity, trust and honesty are the lasting values upon which great brands are built. Building these values into the vision of the organization resonates positively with employees, customers and suppliers alike.

Week 5 & Week 6

Employee's Performance Coaching and Leadership

Part 1 Each of you will participate in an employee coaching role play in which the manager needs to discuss one of his/her outstanding staff members whose performance has recently been deteriorating due to her being caught up in MBA studies. Develop skills in structuring your coaching meeting with your objective of encouraging her to improve poor work habits rather than discharging her.

Part 2 Discuss the main points of the following four assigned executive speeches on 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. The Transition From Management To Leadership by Dina Dublon, Microsoft, Accenture & PepsiCo

IN BRIEF

It can be some time after making the transition from management to leadership before other people feel comfortable treating individuals in a way that reflects their new responsibilities. However, once this transition has happened, those people will be sought for their opinion and listened to in a very different manner than they had been before.

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

Week 7 & Week 8

Proposing and Negotiating a Three-party Joint Venture Project

Part 1 The class will be divided into three groups and each group represents the interests of one of the three companies under the assigned scenario of launching a joint venture company. You will learn how the project leading company should present essential elements of the proposed joint venture company and invite prospective partner companies to play their essential roles in the project. You will also learn various negotiation techniques to effectively manage conflicts and reach an agreement that has desirable outcomes for every party involved.

Part 2 Discuss the main points of the following three assigned executive speeches on proposing a new business:

Timing Your Entry Into New Markets by Lord Paul, The Caparo Group

IN BRIEF

In business correct timing is essential, and every market has a timed window. Keep a close eye on the markets you're interested in and seize opportunities that arise there quickly. Miss them, however, and you could be waiting some time for another chance.

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.

Building Trust Before Negotiating by Mark Gerzon, Mediators Foundation

IN BRIEF

Before entering into negotiations, assess the level of trust. Mark Gerzon cautions that negotiating without first having in place a trust level that can sustain the negotiation will only sabotage the deal.

Week 9

Final Individual Presentation and Course Wrap-up

Part 1 Each of you will make the final presentation for the course on any subject of your choice and demonstrate all what you have learned throughout the class work. You will be evaluated by your classmates and you will answer any questions they might ask.

You will ask questions and make comments as the instructor wraps up the entire course activities.

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%

Method of Evaluation:

Class participation: 40%

Individual home assignments: 30%

Final presentation: 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約US\$100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。

Textbooks:

No textbook will be assigned. Instead, for Part 1 exercise, home assignments and related course materials will be delivered via website.

For Part 2 exercise, you are expected to purchase a one-year license for SkillSoft (www.skillsoft.com) web-based video collections of some 4,000

executive speeches, from which the speeches listed above are selected for class discussion. Those of you who take this course are strongly

encouraged to continue accessing many additional speeches even after completing the course. If you intend to take this course, you should

contact the Office of Student Services for details on how to purchase the license at a special discount price and how to test view the website to

prepare for the first week class session.

参考書:

参考書は指定しない。実際を受講者ニーズ、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。

Reference Books:

No reference books will be introduced. You should fully take advantage of the above-mentioned SkillSoft (www.skillsoft.com) web-based video

collections of some 4,000 executive speeches, instead. During the class discussion, you will become familiar with how you derive the maximum

benefit from the video contents.

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経験

できるような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たい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ヵ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。

Lecturer's Comments to Students:

This course primarily focuses on the insights and mindsets that you need to have in successfully managing specific business activities at the forefront of global business. While you pursue the course work, however, you will realize that the essence of business communication strategy also works in your daily communication under non-business circumstances or with non-business people. You are expected to exercise what you will learn from this course in your any interpersonal communication.

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。

Questions/Comments:

This course is highly interactive in nature and your questions and comments are always welcomed during and after the class, even after you have completed the course. Use yksadamori@aol.com for email communication.

起業体験 2単位(秋学期)

ENTREPRENEURSHIP : FORMATION OF NEW VENTURES

2credits (Fall)

講師 村口 和孝
講師 西戸 雄太

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. 会社経営に関係する司法書士、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の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、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、必ず株式会社で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。

Course Description:

This entrepreneurial experience program, within the limited time was called a month, becomes the investor and the negotiations to their own shareholders, founded the company, is prepared run a mock store business, selling activities, to create the financial statements, the shareholders' meeting, to experience as organizer rather than bystanders. By this experience, participants, if tackled seriously, and while having fun, so always be attached to comprehensively acquire basic knowledge of the mechanism of company.

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販売準備と予備の販売日、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

Course Plan

- 1.Introduction
- 2.Team building,and Consider the business①
- 3.What is the business plan ?
- 4.business concept study work ②
- 5.business initiative announced ①, modification work
- 6.business initiative announced ②, modification work
- 7.A presentation to investors
- 8.investors and amount of investment negotiations, company establishment preparation
- 9.Set up a company
- 10.Creating a New business
- 11.progress report meeting ①, towards the opening preparation
- 12.progress report meeting ②, toward the opening preparation
- 13.progress report meeting ③ and opening preparatory work
- 14.date of sale Day 1 ① sale preparation and preliminary date of sale, creating Trial Balance
- 15.date of sale second day ② date of sale, trial balance created ②, withdrawal store
- 16.Make the financial statements.
- 17.To hold a general meeting of shareholders①
- 18.To hold a general meeting of shareholders②
- 19.entrepreneurial experience recital preparatory work
- 20.entrepreneurial experience recital
- 21.Summary

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。

Method of Evaluation:

Student performance will be measured in following three categories:

- Attendance
- Short essay each lecture
- Class participation

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)、「日本のブルーオーシャン戦略」(安部 義彦、池上 重輔 著、ファーストプレス社)、「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

Textbooks:

1. Entrepreneurial experience notes (by NTVP)
2. The Four Steps to the Epiphany (by Steve Blank)
3. The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company (by Steve Blank, Bob Dorf)
4. Technology Ventures: From Idea to Enterprise (by Richard C. Dorf, Thomas H. Byers, Andrew Nelson)
5. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers (by Alexander Osterwalder, Yves Pigneur)

6. Other books

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だが、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。

Questions/Comments:

Related courses:

venture capitalists training I & II .After each lesson, the often open the exchange meeting that was sprinkled with experts and entrepreneurs, and participate, will be further education effect seems to be deepening, but not essential.

ケースメソッド教授法 2単位(2学期)

CASE METHOD TEACHING AND DISCUSSION LEADERSHIP 2credits (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
Enhancing Learning Skills and Discussion Leadership

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12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。

Course Description:

This course offers students utilizing the case method in the MBA program a peek at the instructional side of their education. With the understanding that over 90% of enrolled students do not intend to become teachers, students in the course are assumed to prioritize 1) tips for a more profound learning experience using the case method of the MBA program; 2) discussion of key points for internal corporate training instructors or meeting leaders; and 3) acquisition of the perspective needed to manage larger groups of people through discussion. In order to attain these goals, the course teaches *pedagogy*.

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、10/8、10/22、11/7、11/21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

Course Plan

The course is taught in a format of four consecutive 90-minute units per day, for a total of four days every other week. Class is scheduled for 10:00-17:15 on Saturdays, October 8, October 22, November 5 and November 19.

1st session

Lecture: "Introduction to case method education"

Instructor (Takeuchi) demonstration of discussion leader role

Lecture: "Planning for class"

2nd session

Lecture: "Thinking about the value of learning through discussion"

Discussion leader practicum 1

Discussion leader practicum 2

3rd session

Lecture: "Understanding participants"

Discussion leader practicum 3

Discussion leader practicum 4

4th session

Lecture "Building a learning community"

Discussion leader practicum 5

Discussion leader practicum 6

Course wrap-up

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。

Method of Evaluation:

Grade B is guaranteed when all seven class preparation memos are submitted. Grade A or higher is given by taking into account class contributions, including 1) making comments and presenting issues in class; 2) undertaking the challenge of acting as a discussion leader in exercises; 3) assisting discussion leaders with class preparation; and 4) report submission.

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。

Textbooks:

Takeuchi, S.(2010), Keesumesoddo Kyojuho Nyumon - Riron/theory, Giho/skills, Enshu/practices, and Kokoro/mind [Introduction to Case Method Pedagogy: Theory, Skills, Practices and Mind], Keio University Press.

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。

Reference Books:

Barnes, Louis B., Christensen, C. Roland and Hansen, Abby J.(1994). Teaching and the Casemethod, third edition, Harvard Business School Press.

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。

Lecturer's Comments to Students:

Three cameras constantly record this class, mainly to provide feedback to students acting as discussion leaders in exercises and for class improvement. Students' understanding and cooperation are appreciated.

ビジネス英語 2単位(3学期)

BUSINESS ENGLISH 2credits (Winter)

基礎からやり直すビジネス英語

Basic Business English Communication: Building up from square one

講師 日向 清人

授業科目の内容:

ビジネス英語は、新聞や雑誌で見る「ビジネスを語る英語」と実際に「ビジネスを進めるための英語」とが混同されがちですが、後者は2000に満たない高頻出単語を使えるかが鍵を握っています。そこで20回あるクラスのうち12回までは高頻出単語の復習に当てます。

前半では、入力するそばから正答か否かが示され、最終行でシート全体(各回およそ300問)の正答率が表示されるエクセルのワークシートを使います。開講前に二種類のエクセルブックを学内システムで配布しますが、ひとつは、間違った問題を集めて再挑戦できるマクロが組み込んだ模擬テストで、自宅での予習用です。誤答がなくなるまで繰り返してください。もうひとつは授業の当日に予習の成果を確かめるために行うテストです。

なお問題文に和訳がなく、また、解答には説明がありません。必要な方は参考書である『クイズでマスターする基本英単語GSL2000』を参照してください。

授業にはノートパソコン等キーボード入力できるデバイスを持参してください。当日、その場で解答し、正答率をメールで申告してもらいます。

後半は、会議、交渉、プレゼン、ライティングでの頻出フレーズを覚え、かつ、使えるようになることが目的です。これに向け、教科書に付属のディクテーションアプリで予習してもらいます。授業当日は、各回およそ40あるフレーズが読み上げられるのを聞き取りながらエクセルの自動採点シートで入力し、結果をメールで申告してもらいます。その後のセッションは、グループワーク、所定の

フレーズを盛り込んだ会話例、模擬プレゼン、そしてメール、メモ等を作成の上、提出してもらいます。

Course Description:

The aim of the course is twofold: First, to activate the students' passive vocabulary in general and to help them build a solid vocabulary of the most frequently used English words (GSL words) in particular. Even advanced-level students with a vocabulary of more than 3,500 or more words often miss 400 or more words from among the 2,000 GSL words, and herein lies the reason why the first half of the course is devoted to direct vocabulary instruction. Second, to develop an awareness of the language of meetings, negotiations, presentations and business communication. To this end, dictation tests will be given followed by simulated dialog creation (by group work) for further free practice of the language presented in each session.

Upon completion of the course, students will have activated their passive vocabulary in English and have sufficiently developed their basic English skills for use in realistic business contexts.

授業の計画:

第1回: GSL予習編のPart 1をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 1に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。選択肢から選んで、正答を解答欄に直接入力すると、正答ならOKと表示され、間違っていると、正答が表示されます。以下、12回まで毎回同じです。

第2回: GSL予習編のPart 2をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 2に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。

第3回: GSL予習編のPart 3をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 3に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。

第4回: GSL予習編のPart 3をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 4に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。

第5回: GSL予習編のPart 5をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 5に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。

第6回: GSL予習編のPart 6をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 6に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。

第7回: GSL予習編のPart 7をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 7に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。

第8回: GSL予習編のPart 8をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 8に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。

第9回: GSL予習編のPart 9をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 9に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。

第10回: GSL予習編のPart 10をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 10に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。

第11回: GSL予習編のPart 11をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 11に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。

第12回: GSL予習編のPart 12をマスターしたかを確かめるため、GSL演習編のPart 12に入力し、終了後、結果を講師にメールで報告します。この回は問題数が少ないので、残りの時間は語彙力測定テストに使います。

第13回: 読み上げられる会議英語のフレーズをエクセルの自動採点シートに入力してもらいます。結果はメールにて講師に報告のこと。予め教科書である『ディクテーションで覚えるビジネス英語必須パターン123』のChapter 3「会議」の章を読み、練習問題もやり、かつ、付属のアプリで練習して備えておいてください。

第14回: グループワークで前回の会議英語のフレーズを盛り込んだやり取りをシミュレートし、結果を書面でグループごとに提出してもらいます。結果はメールにて講師に報告のこと。

第15回: 読み上げられる交渉英語のフレーズをエクセルの自動採点シートに入力してもらいます。結果はメールにて講師に報告のこと。予め教科書のChapter 4「交渉」の章を読み、練習問題もやり、かつ、付属のアプリで練習して備えておいてください。

第16回: グループワークで前回の交渉英語のフレーズを盛り込んだやり取りをシミュレートし、結果を書面でグループごとに提出してもらいます。結果はメールにて講師に報告のこと。

第17回: 読み上げられるプレゼン英語のフレーズをエクセルの自動採点シートに入力してもらい、続いて単独作業で英語によるプレゼンの例を作成し、提出してもらいます。結果はメールにて講師に報告のこと。予め教科書のChapter 5「プレゼンテーション」の章を読み、練習問題もやり、かつ、付属のアプリで練習して備えておいてください。

第18回: 読み上げられるライティング英語のフレーズをエクセルの自動採点シートに入力してもらいます。結果はメールにて講師に報告のこと。

第19回: グループワークでメール英語のフレーズを盛り込んだやり取りをドラフトし、結果を書面でグループごとに提出してもらいます。結果はメールにて講師に報告のこと。予め教科書のChapter 7「ライティング」の章を読み、練習問題もやり、かつ、付属のアプリで練習して備えておいてください。

第20回: グループワークで社内メモのフレーズを盛り込んだ報告書例をドラフトし、結果を書面でグループごとに提出してもらいます。結果はメールにて講師に報告のこと。

Course Plan

Session 1: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 1 of the practice test, which will be distributed in advance, to measure content recollection. Students are required to bring a laptop/device that runs Excel worksheets and to type their answers into them. (This applies to the rest of the course.) When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail. If translations to the exercise sentences and explanation to the answer choices are required, please refer to the optional text book.

Session 2: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 2 of the practice test. When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail.

Session 3: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 3 of the practice test. When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail.

Session 4: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 4 of the practice test. When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail.

Session 5: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 5 of the practice test. When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail.

Session 6: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 6 of the practice test. When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail.

Session 7: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 7 of the practice test. When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail.

Session 8: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 8 of the practice test. When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail.

Session 9: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 9 of the practice test. When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail.

Session 10: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 10 of the practice test. When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail.

Session 11: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 11 of the practice test. When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail.

Session 12: Using a self-grading Excel worksheet, an in-class test will be given on the material covered in Part 12 of the practice test. When finished, students are to report their scores to the instructor via e-mail.

Session 13: A dictation test will be given on the expressions introduced in Chapter 3 (Meetings) of the required textbook. Students will need to practice beforehand by using the application that comes with the textbook.

Session 14: Students will engage in group work to simulate a dialog, incorporating the expressions learned so that they can get the feel of using them in realistic business contexts. A representative of each group is to submit the dialog in writing to the instructor via e-mail.

Session 15: A dictation test will be given on the expressions introduced in Chapter 4 (Negotiations) of the textbook. Students are required to practice beforehand by using the application that comes with the textbook and report the score to the instructor by e-mail.

Session 16: Students will engage in group work to simulate a dialog, incorporating the expressions learned so that they can get the feel of using them at work. A representative of the group is to submit the dialog in writing to the instructor via e-mail.

Session 17: After a brief dictation test focusing on the expressions introduced in Chapter 5 (Presentations) of the textbook, the score of which should be reported to the instructor by e-mail, students will engage in group work to simulate a presentation, incorporating the presentation-specific expressions. The simulated presentation is to be submitted in writing to the instructor.

Session 18: A dictation test will be given on the expressions introduced in Chapter 7 (E-mails and Memos), score of which should be reported to the instructor by e-mail. Students are required to practice beforehand by using the application that comes with the textbook.

Session 19: Students will engage in group work to write some e-mails, incorporating the expressions learned so that they can get the feel of using them in a typical business situation. The e-mail text created in such manner is to be sent to the instructor by e-mail.

Session 20: Students will engage in group work to write some memos or reports, incorporating the expressions learned so that they can get the feel of using them in realistic business contexts. The memo or report so produced is to be submitted to the instructor via e-mail.

成績評価方法:

評価の要素は以下の3つです。第1が、自動採点シートのスコア。12回までのGSLテストについては、90点以上がA、80点以上がB、70点以上がCと評価し、ディクテーション・テストについては80点以

上がA、70点以上がB、60点以上がCと評価します。第二の要素が出席率で、単位取得には14回以上の出席を要します。第三の要素が提出物の評価ですが、グループ・ワークの成果なので、参考程度にとどめます。

Method of Evaluation:

From Session 1 through 12, a score of 90% or higher will be given a letter grade of A; 80% or higher, B; 70% or higher, C. As for the dictation tests (i.e. Sessions 13, 15, 17 and 18), a score of 80% or higher will be given a letter grade of A; 70% or higher, B; 60% or higher, C.

The final grade will be determined by the sum of three factors: the average score of the in-class tests, class-participation (attendance of at least 70% is required to earn a passing grade) and submitted assignments.

テキスト(教科書):

『クイズでマスターする基本英単語GSL 2000』 日向清人著 テイエス企画 2016年 ISBN: 978-4-88784-17-0

『ディクテーションで覚えるビジネス英語必須パターン123』 日向清人著 秀和システム 2016年 ISBN: 978-4-7980-4556-6

Textbooks:

Kiyoto Hinata (2016). Business English in a Nutshell. Shuwa Systems. (Required textbook)

Kiyoto Hinata (2016). Test Yourself and Learn the 2,000 GSL Words—the words that are most frequently used in English. TS Kikaku. (Optional textbook)

担当教員から履修者へのコメント:

TVドラマを見るなり、英語の本を読むなりしてできるだけ英語に触れてみてください。すると、そこで使われている英語の8割以上がGSL単語であると気づきます。実際、ビジネス英会話で使われる単語の90%以上がGSL単語であることが実証研究でわかっています。だからこそ、このコースの前半はこういった高頻出単語に焦点を合わせているのです。

Lecturer's Comments to Students:

Expose yourself to as much English as possible, watching American and British television series (without subtitles) or English books, and see for yourself that more than 80 percent of the words used in them are GSL words. In fact, research shows that GSL words account for more than 90 percent of words used in business conversations and herein lies the reason why the first half of the course is devoted to high-frequency words.

質問・相談:

hinata@keio.jp

Questions/Comments:

hinata@keio.jp