
会計管理 A 4 単位(1 学期)
ACCOUNTING AND CONTROL 4credits (Spring)
会計管理 B 4 単位(1 学期)
ACCOUNTING AND CONTROL 4credits (Spring)

教授 太田 康広
准教授 村上 裕太郎

授業科目の内容:

ねらい: 企業経営をする上で必要不可欠な会計情報について、複式簿記など、その作成方法を理解し、経営分析など、その分析方法を身につける。まず、最低限の複式簿記の知識を講義と演習を通じて習得し、貸借対照表・損益計算書といった財務諸表の比例縮尺図の描き方を学ぶ。企業の経営戦略やビジネス・モデルがどのように財務諸表に現われてくるのかをケース・ディスカッション主体で学習していく。全部原価計算に基づく意思決定が陥りがちな罠、事業部業績測定において注意すべきポイント、損益分岐点分析等の標準的な分析手法を学ぶ。

授業の計画:

KBS在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:

「中間試験+前半の授業参加点」50%、「期末試験+後半の授業参加点」50%

テキスト(教科書):

山根 節著『新版ビジネス・アカウンティング』中央経済社

経営科学 A 4 単位(1 学期)
MANAGEMENT SCIENCE 4credits (Spring)
経営科学 B 4 単位(1 学期)
MANAGEMENT SCIENCE 4credits (Spring)

教授 林 高樹
准教授 安道 知寛

授業科目の内容:

本科目では情報と論理的思考を駆使して経営課題の解決や意思決定の質を高める方法について学ぶ。具体的には、(i)意思決定を行う上でのベースとなる数値計算や定量分析の具体的な方法論、および合理的な意思決定の方法論を学習する講義や演習と、(ii)(i)の方法論を実際の意思決定へ応用するケース授業から構成される。本科目の前半においては、デシジョン・ツリー、確率シミュレーション、線形計画法などのオペレーションズ・リサーチや決定分析の方法論を用いた意思決定について学習する。PCの活用方法についても学ぶ。後半では、経済学・およびその周辺領域の概念・方法論に基づいた意思決定について検討する。自社においてベストの選択が、他者の選択によって左右される状況の意思決定も検討する。さらに、現実の複雑な状況における意思決定を問う総合演習が行われる。

授業の計画:

KBS在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:

授業への貢献度、個人・グループ課題、定期試験

組織マネジメント A 4 単位(1 学期)
ORGANIZATION AND HUMAN MANAGEMENT
4credits (Spring)
組織マネジメント B 4 単位(1 学期)
ORGANIZATION AND HUMAN MANAGEMENT
4credits (Spring)

教授 浅川 和宏
准教授 林 洋一郎

授業科目の内容:

企業経営の根幹をなすのは人と組織である。人と組織は経営の原点であり、それをいかにマネジメントするかが、どのような時代にあっても経営の基本課題として存在する。この授業では「組織における人間行動(ミクロ組織行動)」と「経営における組織と戦略(マクロ組織行動)」の2つの視点からこの課題に取り組む。これを通じて、組織のマネジメントの基本を知り、さらには個人の組織行動と組織の力学に影響を及ぼすことのできるスキルを獲得して、経営のための意思決定とアクションに用いることを学ぶ。

具体的な目標は、(1) マネジメントに必要な人と組織に関する基礎的な考え方を知り、人とともに働き、人をマネジメントするときには必ず発生する課題の構造を理解すること、(2) 組織上の問題の原因を分析する力と解決に必要な判断力・実行力を高めること、(3) 人と組織の活動成果についての考え方を身につけ、それを高める方法を学習すること、さらに(4) 経営組織の構造と組織過程に関するダイナミックな考え方を習得することである。

この授業のねらいは実践のための学習であり、単に知識を記憶することが目的ではない。学校の教室という制約はありながらも、できるかぎり経営の現実の考え方と判断、実際の行動のとりかたを重視していく。

授業の計画:

KBS在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:

成績の評定は、中間試験と期末試験の得点をコアとして、この上に討論参加点を上積みして行う。2回の試験は筆記試験とし、授業で扱った内容に関連する論述問題を出题する。

討論参加点は、毎回のクラス討議にどれだけ参加したかによって、その質・量に応じて成績に上積みする。討論参加点は、あくまでもクラス討議への参加のインセンティブとするので、加点主義で運用する。発言内容によって減点することはない。

テキスト(教科書):

- (1) 高橋伸夫(編)「超企業組織論」有斐閣 2000年
- (2) S.P.ロビンズ【【新版】組織行動のマネジメント】ダイヤモンド社 2009年

参考書:

岡田昌毅(著)「働くひとの心理学」ナカニシヤ出版 2013年

マーケティング A 4 単位(1 学期)
MARKETING 4credits (Spring)
マーケティング B 4 単位(1 学期)
MARKETING 4credits (Spring)

教授 余田 拓郎
准教授 山本 晶

授業科目の内容:

本科目では、マーケティング・ミックスを中心としたマーケティング・マネジメントを学習する。主な内容は次の通りである。

- (1) 序論: マーケティング・コンセプトおよびマーケティング・マネジメントの領域と特徴に関する理解を図る。
- (2) マーケティング環境分析: マーケティング意思決定の前提として、環境要因分析、なかでも消費者の行動分析と需要予測、並びに競争分析と当該企業の経営資源分析などを学ぶ。
- (3) マーケティング各論: 企業が利用しうるマーケティング諸手段の分析・検討を行う。
イ) 製品政策 ロ) 価格政策 ハ) 流通チャネル政策 ニ) プロモーション政策
- (4) マーケティング戦略形成: 企業目的の可及的達成を目標に、以上のマーケティング諸手段を、いかに総合的に組み合わせ、環境への創造的な適応を図るかを検討する。

授業の計画:

KBS在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:

クラス貢献点ならびに筆記試験

テキスト(教科書):

石井淳蔵、嶋口充輝、栗木契、余田拓郎(2013)『ゼミナール マーケティング入門 第2版』日本経済新聞出版社(ISBN-10: 4532134390)

担当教員から履修者へのコメント:

他の基礎科目とともに、ゼネラリスト養成の一翼を担うとともに、マーケティング関連専門科目の導入部分を構成する。

経済・社会・企業 A 4 単位(2 学期)

BUSINESS; ECONOMY AND SOCIETY 4credits (Fall)

経済・社会・企業 B 4 単位(2 学期)

BUSINESS; ECONOMY AND SOCIETY 4credits (Fall)

教授 姉川 知史
教授 中村 洋

授業科目の内容:

人は自然、政治、経済、社会、技術、地域、国家、世界等、多様な外部要因の理解が必要になる。企業、政府、その他の主体の経営においても、各人は、それらがどのようなものであるか俯瞰的展望を獲得し、それが人と組織にどのような影響を持つかについて見通しと理解を持ち、さらに外部環境に対して、何をなすべきか、どのように働きかけるかという判断が重要になる。これは経営幹部がもつべき最も重要な資質でもある。本科目では、外的環境として代表的題材を選択し、その学習によって、各人が外的環境の展望、見通し、理解を得て、さらにめざす目的を明確にし、判断能力を養成する。

この科目では次のモジュールに分けて授業を行う。

第1のモジュールは「社会問題」である。ここでの議論には、市場機能と非市場機能の対比、文化的側面、公共性の概念、社会保障(年金・介護・医療)、少子化問題、高齢化と医療などが含まれる。さらに、今年度は震災復興、都市問題、も議論する。

第2は「国際関係と日本の将来」である。これには東アジア、南アジア、中近東、アフリカの国際情勢といった地域問題から、技術と産業まで含む。

第3は「外部環境変化と経営」である。環境問題への注目、規制の変化、企業の社会的責任に対する注目の高まり、技術変革など、企業を取り巻く外部環境は大きく変化している。それらの変化に対する理解を深めるとともに、企業・組織経営のあり方について議論を行う。

第4は「国内経済と国際経済」である。ここでは1980年代までの日本と世界の経済の変遷、とりわけ1990年代以降の日本経済、そして現在の経済、そこでの金融政策、財政政策、構造改革等の問題を検討する。とりわけ、日本経済と国際経済、国際金融との関係を強調する。ここではマクロ経済学の手法を利用する。

授業は上記4つをモジュールとして構成し、それぞれの教員が担当して実施する。

本科目はケース・メソッドを採用する。

授業の計画:

<2015年2月段階の計画です。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。>

姉川・中村 グループ75分、クラス105分 イントロダクション "事例『経済構造改革と日本企業2001年』(教材)『マンキューマクロ経済学 I 入門編 (第3版)』第3章

姉川・中村 グループ75分、クラス105分 グローバリゼーションとリスク "事例『トヨタのリコール危機—Sudden Unintended Acceleration』

姉川・中村 グループ75分、クラス105分 コーポレート・ガバナンス "事例『日本企業のコーポレート・ガバナンス』

姉川・中村 グループ75分、クラス105分 生産と費用 "事例『日本航空と全日本空輸2012』

姉川・中村 グループ75分、クラス105分 多角化とイノベーション "事例『鶏卵の価格』

中村・姉川 グループ75分、クラス105分 外部環境変化と経営 グローバル経済危機後の国際的な経済問題: 2014

中村・姉川 グループ75分、クラス105分 外部環境変化と経営 酸性雨: サザン・カンパニー (A) (B)

中村・姉川 グループ75分、クラス105分 外部環境変化と経営 破壊的イノベーションの台頭と既存企業の対応

中村・姉川 グループ75分、クラス105分 外部環境変化と経営 ヤマト運輸株式会社: 法人発市場 (A)

中村・姉川 グループ75分、クラス105分 外部環境変化と経営 帝人株式会社の新規事業展開—『在宅酸素療法』の取り組み (A) (B)

中村・姉川 グループ75分、クラス105分 外部環境変化と経営 エムスリー株式会社

中村・姉川 グループ75分、クラス105分 外部環境変化と経営 スターマイカ株式会社中村・姉川 グループ75分、クラス105分

外部環境変化と経営 雪印 (A)

中村・姉川 グループ75分、クラス105分 外部環境変化と経営 ユーザイ株式会社: 中国におけるコンプライアンスへの取り組み

中村・姉川 グループなし、クラス9時から 外部環境変化と経営 合同授業

中村・姉川 外部環境変化と経営

中村・姉川 外部環境変化と経営 試験

中村・姉川 グループなし 外部環境変化と経営 フィードバック

姉川・中村 通常通り グローバリゼーションと成長 "事例『グローバリゼーションの展望』

姉川・中村 通常通り 不良債権と金融機関 事例『りそな銀行と金融危機』

姉川・中村 通常通り 金融政策と量的緩和 事例『2005年の金融政策と日本経済』

(教材)『マンキューマクロ経済学 I 入門編 (第3版)』第3-6章

姉川・中村 通常通り 金融危機と日本経済 事例『2008年の経済危機—グローバリゼーションと日本経済』(参考)『マンキューマクロ経済学 I 入門編 (第3版)』第10章

姉川・中村 通常通り 東日本大震災 財務省『日本の財政関係資料』(2014年9月)

姉川・中村 通常通り 財政破綻後の展望 "事例『2013年の金融、財政、成長政策—アベノミクスと企業成長—』

姉川・中村 通常通り 成長政策と企業 事例『東日本大震災』(作成中) 事例『アルジェリア事件—イスラムとビジネス』

姉川・中村 時間帯は午後に変更の可能性あり 期末試験 科目全体の試験

成績評価方法:

① 授業参加 60%

② 試験 40% (中間試験, 期末試験, その他)

なお、当研究科の選択科目「経済理論I」(1学期)、「経済理論II」(2学期)ならびに「統計学入門」(1学期)で実施される内容は、本科目その他の科目の前提であり、その初歩的理解については試験内容に含まれる。

テキスト(教科書):

[予定]

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 (Pindyck and Rubinfeld, Microeconomics 7th edition 2008 Pearson の翻訳)

G.マンキュー『マンキューマクロ経済学, 第3版 入門編』2011, 東洋経済新報社

担当教員から履修者へのコメント:

本科目は、選択科目「経済理論I」(1学期)、「経済理論II」(2学期)、「統計学入門」(1学期)の基礎的内容を履修していることを前提とする。これらの内容を大学等で未履修の学生は、1年1学期、2学期の早い時期において履修しておくことが必要である。

質問・相談:

オープンオフィス

授業終了後(姉川)

授業時昼休み(中村)

e-mailにて相談予約

財務管理 A 4 単位(2 学期)

FINANCIAL MANAGEMENT 4credits (Fall)

財務管理 B 4 単位(2 学期)

FINANCIAL MANAGEMENT 4credits (Fall)

准教授 小幡 績
准教授 齋藤 卓爾
教授 高橋 大志

授業科目の内容:

ファイナンスと経営財務の基礎を学習する。資産価格評価(アセットプライシング)の基礎を、コース開始前に自習により習得することを前提とする。コースは、主としてケース討論と講義により進める。高橋が、アセット・プライシング、企業価値評価の基礎、資本コスト算定、金融派生商品とリスク管理を担当する。齋藤が、企業

価値評価の応用、M&A、企業再生、経営者の資本市場対応などを担当する。小幡は、総合的な経営戦略の手段としての財務戦略や金融市場の観点を議論する。

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:

クラスで別途指示する

テキスト(教科書):

久保田敬一, 決定版 コーポレートファイナンス, 東洋経済新報社, 2006.

リチャード・ブリーリー, スチュワート・マイヤーズ, フランクリン・アレン (著), 藤井眞理子, 国枝繁樹 (訳), コーポレートファイナンス (第8版) (上), 日経BP社, 2007.

参考書:

渡辺章博, 井上光太郎, 佐山展生, M&Aとガバナンス—企業価値最大化のベスト・プラクティス, 中央経済社, 2005.

生産政策 A 4単位(2学期)

PRODUCTION POLICY 4credits (Fall)

生産政策 B 4単位(2学期)

PRODUCTION POLICY 4credits (Fall)

教授 河野 宏和
教授 坂爪 裕
専任講師 (有期) 市来 寄 治

授業科目の内容:

本コースでは、企業活動において製品やサービスを提供する「生産・供給機能」とそのためのオペレーションに焦点を当て、

- (1) 生産・供給機能が果たすべき役割に関する基本的な理解
 - (2) オペレーションに内在する課題を発見・分析・改善する視点
 - (3) 「生産・供給機能」分野における主要な経営課題と意思決定問題に関する分析・判断能力
- を講義・演習・工場見学・ケース分析を通じて習得する。
本コースでカバーされる主な内容 (問題領域) は以下の通りである。

A. 生産管理を中心としたオペレーション・レベルの問題領域

1. 作業管理と設備管理
2. 生産計画と日程管理
3. 品質管理
4. オペレーション・プロセスの分析・改善・設計、など

B. 生産政策レベルの問題領域

1. 生産システムの改善とその効果
2. 新製品の導入と生産設備投資
3. 自動化への対応と情報システムの革新
4. 営業政策・財務政策と生産部門の役割
5. トータル・サプライ・プロセスの設計と改善
6. 改善活動のマネジメント
7. 生産革新と企業体質
8. 国際生産政策における諸問題、など

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:

担当者毎にクラスにて別途指示

テキスト(教科書):

藤本隆宏 (2001) 『生産マネジメント入門 I 【生産システム編】』日本経済新聞社

総合経営 A 4単位(3学期)

GENERAL MANAGEMENT 4credits (Winter)

総合経営 B 4単位(3学期)

GENERAL MANAGEMENT 4credits (Winter)

教授 小林 喜一郎
教授 磯辺 剛彦
教授 岡田 正大

授業科目の内容:

本コースでは、企業の経営政策・戦略 (BPS: Business Policy and Strategy) 上の諸課題について、企業として好業績 (Above average return) を達成していくためには何をしなくてはならないのかと言う

前提のもと、トップ・マネジメントの視点に立って戦略的な企業経営のロジックを学習し、状況分析に基づいて具体的な戦略立案並びに実行を指揮するための訓練を行うことにその狙いがある。

以上をカバーするケースの内容として、

1) コーポレートレベル戦略および事業レベル戦略

- ・ 企業の経営理念と経営者の役割
- ・ 事業ミッションとドメイン定義
- ・ 企業外部環境と内部資源分析 (含むSWOT)
- ・ グローバル戦略
- ・ コア・コンピタンスと経営資源蓄積・調達・育成
- ・ 資源配分戦略
- ・ 組織と戦略の整合性
- ・ 戦略策定における定量的分析多角化の類型と方法論
- ・ 産業組織論的分析視覚に立った業界構造分析の基本 (5つの競争要因分析、国の競争優位)
- ・ 業界構造に対応した基本戦略 (差別化、コスト、フォーカス他)
- ・ 業界の収益性を規定する要因の分析 (参入・撤退障壁、移動障壁と戦略グループ)

- ・ 事業レベルでの競争戦略

- ・ 戦略の実行上の課題 (Implementation) 等

2) イシューオリエンテッドなテーマ

- ・ ネット経済下での競争戦略
- ・ ICTの産業へのインパクトとバリューチェーンへの影響
- ・ 知的所有権問題
- ・ コーポレートガバナンス
- ・ BOP攻略 等

3) 対象となる組織形態

- ・ 大企業とベンチャービジネス
- ・ NPO・NGO
- ・ 製造業、サービス業

を予定している。

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:

クラス貢献度40%、2度の筆記テスト60% (出席は規定通り)

テキスト(教科書):

「競争の戦略」(マイケル・ポーター著) 土岐他訳、ダイヤモンド社

参考書:

その都度資料配布

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目: グローバル戦略経営論 (磯辺)・競争戦略論 (小林)・戦略コンサルティング (小林・岡田)・企業戦略における技術と社会的インパクト (岡田: IP)・経営戦略におけるアントルプレナーシップ (須賀: IP)

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)

准教授 小幡 績
特別招聘教授 張 秋華

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アクターの検討、戦略策定を行うことを目的とする。

本年は、日本で行う。対象企業は、ファミリービジネス企業で検討中である。中堅も大企業も対象に入っているが、具体的な訪問企業は今後確定する。日本でのフィールド期間は、7月4日から11日予定である。この期間が中国、韓国の学生の日本滞在期間となり、企業訪問、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、7月、8月頭はかなりまとまった活動を行う。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。そして今年度はホスト校であるため、事前のケースの準備、企業分析が必要となり、それは4月5月に行うことになる。

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

企業経済論 2単位(1学期)

BUSINESS ECONOMICS 2credits (Spring)

教授 姉川 知史
講師 山本 健

授業科目の内容:

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

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

授業の計画:

1	4月10日	姉川・山本	ミクロ経済学 独占
		Pindyck Rubinfeld Microeconomics	Ch.10
2	4月10日	姉川・山本	計量経済学 データ
		ホーエル 初等統計学	Ch.1-2
3	4月17日	姉川・山本	ミクロ経済学 独占力と価格設定
		Pindyck Rubinfeld Microeconomics	Ch.11
4	4月17日	姉川・山本	計量経済学 確率
		ホーエル 初等統計学	Ch.3-4
5	4月24日	姉川・山本	ミクロ経済学 独占的競争と寡占
		Pindyck Rubinfeld Microeconomics	Ch.12
6	4月24日	姉川・山本	計量経済学 確率分布
		ホーエル 初等統計学	Ch.5-6
7	5月1日	姉川・山本	ミクロ経済学 ゲーム理論
		Pindyck Rubinfeld Microeconomics	Ch.13
8	5月1日	姉川・山本	計量経済学 推定
		ホーエル 初等統計学	Ch.7
9	5月8日	姉川・山本	ミクロ経済学 生産要素市場
		Pindyck Rubinfeld Microeconomics	Ch.14
10	5月8日	姉川・山本	計量経済学 検定
		ホーエル 初等統計学	Ch.8
11	5月15日	姉川・山本	ミクロ経済学 投資理論
		Pindyck Rubinfeld Microeconomics	Ch.15
12	5月15日	姉川・山本	計量経済学 回帰分析
		ホーエル 初等統計学	Ch.9
13	5月22日	姉川・山本	ミクロ経済学 一般均衡
		Pindyck Rubinfeld Microeconomics	Ch.16
14	5月22日	姉川・山本	計量経済学 回帰分析
		各種資料	
15	5月29日	姉川・山本	ミクロ経済学 情報の非対称性
		Pindyck Rubinfeld Microeconomics	Ch.17
16	5月29日	姉川・山本	計量経済学 回帰分析
		各種資料	

17	6月5日	姉川・山本	ミクロ経済学 外部性と公共財
		Pindyck Rubinfeld Microeconomics	Ch.18
18	6月5日	姉川・山本	計量経済学 回帰分析
		各種資料	
19	6月12日	姉川・山本	ミクロ経済学 まとめ
20	6月12日	姉川・山本	計量経済学 ホーエル 初等統計学
			Ch.10

成績評価方法:

授業参加40%、宿題・レポート・試験60%

テキスト(教科書):

Pindyck and Rubinfeld, 2008. Microeconomics 7/e. Prentice Hall. (2012)

P.G.ホーエル 『初等統計学』培風館, 1981

生協購入可能

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。

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、以て経済社会の負担に比べ得るコーポレート・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原理
第2回	日本的経営の長所と短所
第3回	投資政策
第4回	配当政策とキャピタルゲインの実現
第5回	経営の多角化と分散投資理論
第6回	資本政策
第7回	株式のオプション価値と債権者の保護
第8回	危機管理概説
第9回	社内調査の進め方
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):

草野耕一(2011)『会社法の正義』(商事法務)

参考書:

草野耕一(2010)『補訂版金融課税法講義』(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場合があります。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。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である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)

教授 姉川 知史
講師 都丸 孝之

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. 震災後の社会像と技術の事例
通常の科目内容に加え、東日本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。震災後の社会と技術のマネジメントとしては、下記の中から重要な課題として、本年度はb, f, h, iを選択する。
 - a. 地震理論、津波理論
 - b. 巨大自然災害と防災・リスク管理、危機管理
 - c. エネルギー、環境、原子力発電
 - d. 原子力発電の原理と事故
 - e. 放射能による汚染と除染
 - f. 農水産物と食品の安全
 - g. 地震災害と救急医療、地域医療
 - h. 技術の限界、技術者の倫理
 - i. 日本の技術の課題－技術者の倫理と精神

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、講師の指示する最新版を参照してください。>

1. 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。
2. 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>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。

日程は原則、月曜5, 6時限

1	4月20日	姉川・都丸	5時限	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
2	4月20日	姉川・都丸	6時限	"大企業における新規事業開発の課題 ～富士ゼロックスの事例～"	"各種資料 富士ゼロックスの事例紹介"
3	4月27日	姉川・都丸	5時限	技術のマネジメント: イノベーションとは何か	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
4	4月27日	姉川・都丸	6時限	モノ作り中小企業の経営課題	"各種資料 大田区のモノづくり中小企業の事例紹介"
5	5月11日	姉川・都丸	5時限	寡占競争と革新	事例 Kodak and the Digital Revolution (A)
6	5月11日	姉川・都丸	6時限	国内外サプライヤーの技術アセスメント	"各種資料 大企業がどのような視点でサプライヤーを選定しているのか技術、経営の視点で述べます"
7	5月18日	姉川・都丸	5時限	学生の課題設定	外部講師
8	5月18日	姉川・都丸	6時限	製品企画と海外事業展開	"各種資料 中小企業の製品、装置の海外への展開事例(乾燥装置)"
9	5月25日	姉川・都丸	5時限	意思決定	事例 岐路に立つヌーコア
10	5月25日	姉川・都丸	6時限	ビジネス創出①	"各種資料 アップルの事例紹介"
11	6月1日	姉川・都丸	5時限	ビジネス創出②	各種資料
12	6月1日	姉川・都丸	6時限	品質・リスク管理	事例教材 「トヨタリコール危機」 都丸講師体験談
13	6月8日	姉川・都丸	5時限	モジュール化と収穫逡増	事例教材 「日本エレクトロニクス産業の凋落」 各種資料 「グーグル秘録」「グーグルの広告ビジネス」
14	6月8日	姉川・都丸	6時限	ビジネス創出③	各種資料
15	6月15日	姉川・都丸	5時限	ビジネス創出④	各種資料
16	6月15日	姉川・都丸	6時限	ビジネス創出⑤	各種資料
17	6月22日	姉川・都丸	5時限	ビジネス創出⑥	各種資料
18	6月22日	姉川・都丸	6時限	学生の課題設定	外部講師
19	7月4日	姉川・都丸	2時限	Seminar on Project & Program Management	田中弘(日本マネジメント協会前理事長) による3日間集中英語セミナー 講義部分参加
20	7月4日	姉川・都丸	3時限	Seminar on Project & Program Management	田中弘(日本マネジメント協会前理事長) による3日間集中英語セミナー 講義部分参加
21	7月11日	姉川・都丸	2時限	Seminar on Project & Program Management	田中弘(日本マネジメント協会前理事長) による3日間集中英語セミナー 講義部分参加
22	7月11日	姉川・都丸	3時限	Seminar on Project & Program Management	田中弘(日本マネジメント協会前理事長) による3日間集中英語セミナー 講義部分参加
23	7月下旬	姉川・都丸		補講予定	学生発表

成績評価方法:

授業参加50%, レポート課題1, 2 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。
ならびにプロジェクトレポートの2種類
テキスト(教科書):
なし

参考書:

多数あり、HPにて詳細を指示

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4日、5日、11日の3日間セミナーを原則として履修することを薦める。これはProject & Program Managementの導入セミナーで、履修証がある。

関連する科目

本科目を履修した学生には、グランド・デザイン・プロジェクト1, 2の履修申請を薦める。

質問・相談:

講師にe-mailで質問のこと。

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

授業の計画:

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

便宜上、授業時間ならびに現地調査期間をあらかじめ設定していますが、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)

成績評価方法:

授業参加ならびにレポート提出

担当教員から履修者へのコメント:

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

経営者の法と実務 2 単位(1 学期)

LEGAL PRACTICE FOR EXECUTIVES 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、経済者や実務家となるための学習として法律を学ぶ場合、法律だけでなく、会計、税務を含む、経済やその他の社会の様々な情勢との関連性を常に意識し、かつ、具体性を持って勉強しなければほとんど「使えない教養」にしかない。

そこで、本講座においては、卒業生が、一定以上の規模の会社の取締役就任したり、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、企業経営に必要となる会社法を中心とした様々な法律の基礎を勉強した上で、会計、税務、人事政策等から、資本政策、IPO、さらには、上場後の企業の中核として知っておかなければならない経営や事業戦略上必要となる様々な事項について、単なる抽象的な座学にならないように、法律については実務的、実践的に、さらには、法律以外の分野との関わりを具体的に示しながら講座を展開していくことを想定している。

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

授業の計画:

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:

レポートの内容をみて、評価する。

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、多岐に応用可能である。講座の後半では、キャッシュフロー経営や国際会計基準、財務会計との比較、実際の企業で用いられている投資評価マニュアルにも言及する。

授業の計画:

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:

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 I 2credits (Spring)

教授 姉川 知史
講師 川村 頤

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、应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のない学生、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.を解説し、さらにその応用を説明する。

学生は教科書を読んで理解することが課せられる。さらに、いくつかの題材についてはケース・メソッドを行う。

授業の計画:

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

1. 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。
2. また、KBSならびに他研究科の学生は講師のHPを参照ください。
<http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>

1-3 導入：市場，需要，供給，価格について

Pindyck and Rubinfeld 2012 Microeconomics, Ch.1,2

事例教材

4-7 消費の理論

Pindyck and Rubinfeld 2012 Microeconomics, Ch.3-5

事例教材

8-14 生産，費用，競争，独占の理論

Pindyck and Rubinfeld 2012 Microeconomics, Ch.6-12

事例教材

15-20 ゲーム理論，情報の非対称性，環境

Pindyck and Rubinfeld 2012 Microeconomics, Ch.13-18

事例教材

成績評価方法:

授業参加，中間試験，期末試験

テキスト(教科書):

Pindyck and Rubinfeld, Microeconomics 8/e, Pearson, 2012. あるいは
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 年を使用。

担当教員から履修者へのコメント:

＜履修注意＞

当科目は，ミクロ経済学未履修者が本研究科においてそれを履修する唯一の機会であり，1年生1学期科目である。科目開設以来，過去18年間，1年生の8から9割が履修をしてきた。統計学入門も同様である。2013年度は，履修指導が徹底せず，1学期の経済理論1と統計学入門の履修者が極めて少なく，1学年の大多数の学生がミクロ経済学と統計学について理解不足のままとなる想定外の状況が生じた。

1年次に履修しないと，2年次での履修は困難であるため，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する。

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教育が十分に機能する可能性はない。この点は間違いないように理解していただきたい。

質問・相談:

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

集中企業研究 2単位(1学期)

INTENSIVE CORPORATE ANALYSIS 2credits (Spring)

次世代経営者として日本レーザーの企業価値をどのように高めていくのか？

講師 三富 正博

教授 渡辺 直登

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、第1回「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞で中小企業庁長官賞を受賞した株式会社日本レーザーです。実際に企業に訪問し代表取締役の近藤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。さらには日本レーザーの次世代経営者4名に日吉に来ていただき、各々の方々がどのように日本レーザーの企業価値を高めていくのかについて本授業の受講生のみなさんと議論していただきます。それら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、対象企業の経営者による講演、次世代経営者へのヒアリング等が含まれています。

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んと日本レーザーのみなさんです。授業の最後に代表取締役の近藤さんから受講生のみなさんの授業ぶりにつきコメントをいただけます。

学生に期待する点：

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

授業の計画:

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:

出席、発言、授業への貢献等を勘案して評価します。

テキスト(教科書):

なし

参考書:

授業で紹介します

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7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）、昨年はデザイン会社のnendoです。

今年の授業は、第1回「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞を受賞した日本レーザーを取り上げます。社長の近藤さんは70歳ですが、50歳のときから20年かけて日本レーザーを素晴らしい会社で育て上げてきました。どのように育て上げてきたについても本授業で取り上げますが、今回の授業では、日本レーザーの次世代経

営者に光を当てて、次世代経営者として日本レーザーの事業をどのように承継していくのか、という視点からアプローチしていきます。

「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞に選ばれる企業がどのような経営をしているのかということに関心がある方、さらには次世代経営者としてどのように事業を承継していき、さらなる価値創造を志向してしていくのかということに関心がある方にとっては学びの多い授業になるようにしたいと思います。

新事業創造体験 2 単位(1 学期) NEW BUSINESS PLANNING AND DEVELOPMENT 2credits (Spring)

講師 若山 泰親
教授 岡田 正大

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

【授業で扱う領域】

新事業のビジネスプランの策定に必要なスキルの習得と、フィールドワークを通じた新事業開発の体験を主に取り扱う。受講者自身が手を動かしてビジネスプランを作成することになるため、実際の新事業創造局面での活用に耐えうるビジネスプラン作成スキルの習得が可能である。

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

授業の計画:

KBS在在校生ページに掲載するコースアウトラインを参照してください。

成績評価方法:

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

テキスト(教科書):

指定なし

参考書:

「アントレプレナーの教科書」 スティーブン・G・ブランク(著), 渡邊 哲(翻訳), 堤 孝志(翻訳)

「Getting to Plan B」 John Mullins(著), Randy Komisar(著)

「キャズム」 ジェフリー・ムーア(著), 川又 政治(翻訳)

「ビジネスモデル・ジェネレーション ビジネスモデル設計書」アレックス・オスターワルダー(著), イヴ・ピニユール(著), 小山 龍介(翻訳)

担当教員から履修者へのコメント:

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

なお、想定している受講者は下記の通りである。

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

ストレス・マネジメント 2 単位(1 学期) STRESS MANAGEMENT 2credits (Spring)

教授 渡辺 直登

授業科目の内容:

目的:

本授業では、人々が経営組織という環境で働くがゆえに経験する「ストレス」を、組織の立場から、また個人の立場からどのようにマネージできるかについて、組織心理学・組織行動論・臨床心理学の観点から考察を行ないます。本授業では、「ストレス・マネジメント」の概念を幅広くとらえ、いわゆるストレス学説やストレス研究だけに焦点を絞るのではなく、組織心理学・経営行動科学が今取り組んでいる最先端の研究テーマを追いながら、この問題を考えていきます。

授業の進め方と課題:

授業は、毎回2部に分けて行ないます。第1部ではショート・ケースを用いた討論および心理テスト演習を通じて学びます。実際の会社や職場で起こったケースを事前に配布しますので、1時限目の約40分をグループ討論、50分をクラス討議に当てて議論します。心理テストの場合は、授業時間の中で、あるいは授業時間外に、WEBを用いて自分自身を被験者としてテストを行なってもらいます。

第2部では、事前に配布した資料をもとに、予め設定したテーマに沿って講義&討論を行ないます。参加者は事前に配布する資料をよく読んで、グループおよびクラスのディスカッションで自分の意見を発表してください。

毎回リーディング・アサインメントを出しますので、受講者はそれらを読み、簡単なレポート(A4、2~3枚程度)を授業のときに提出してください(レポートに求めるものは論文・評論・ケースに対する「批判」や「自分の意見」です)。

授業の計画:

KBS在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:

期末テストはレポート(ターム・ペーパー)の提出で代替します。レポートのテーマについては授業中に示唆します。また個別の相談にも応じます。評価は、①中間レポート=30%、②クラスでの発言=20%、③期末レポート=50%、で行ないます。

テキスト(教科書):

Kets de Vries, M. & Miller, D. 1984 The Neurotic Organizations. CA: Jossey-Bass. (渡辺・尾川・梶原監訳 1995「神経症組織」 亀田ブックサービス)

参考書:

授業中に指示します。

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目: 組織マネジメント

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、生産現場や企業経営の現場に根付いた文化的側面をいかに記述するかといったテーマに焦点を当て、研究方法論と研究成果の両方を睨みながら、ディスカッションを行います。本講はゼミ形式で行います。毎回、レジュメ発表者が指定図書のと約を発表し、その後に質疑応答+問題提起+全員でディスカッションを行い、適宜担当教員が補足説明を加えるというプロセスで進行します。

授業の計画:

KBS在在校生ページに掲載するコースアウトラインを参照してください。

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、ほぼ毎回のレジュメ発表とクラス貢献、最後に発表して頂くリサーチプランの内容で判断します。

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。
なお履修に関する注意事項としてまず、都心教室開催のため教室キャパシティの制約があり、定員を超える履修があった場合は抽選となる。また履修登録をする為には、事前の仮登録が必要となる。毎回グループプロジェクトおよび個人発表準備などがあるため、事前の入念な準備が不可欠である。全回数の出席を必須とし、遅刻は認めない。

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

授業の計画:

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:

出席、グループ課題、個人課題

テキスト(教科書):

特になし

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目: 総合経営、競争戦略論

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

講師 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、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、今後は新しい医療計画および地域包括ケアシステムのコンセプトの下、統合された、もしくは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。

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:

クラス討論への貢献と期末レポートを同じウェイトで評価します。

テキスト(教科書):

田中滋監修『地域ケアサクセスガイド』メディカ出版(2014) : 各自購入
都市型の看護介護医療等連携研究会『講演集Vol.1』(2013) : 受講者に無料配布

参考書:

さらに読みたい人のための参考文献

片山 壽著『父の背中の中の地域医療』社会保険研究所(2009)
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)

担当教員から履修者へのコメント:

毎回の設問に答えられるよう予習に力を入れること

秋学期のヘルスケアポリシー科目が密接に関係する隣接分野を扱います

質問・相談:

アポイントメントはメールで tanaka@kbs.keio.ac.jp

ベンチャーキャピタリスト養成 I 2 単位(1 学期)
VENTURE CAPITALIST TRAINING PROGRAM 1
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、経営の実態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グラムの授業と連携して、チームに分かれてVCファンドを実際に創設運営し、VC役を担い、理工学部生・大学院生の矢上祭における模擬店など小事業に対し投資して実際に支援し、ファンドとしての成果を、競争して出してもらう。また、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。

授業の計画:

KBS在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:

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

テキスト(教科書):

NTVP作成の創業体験ノート、「アントレプレナーの教科書」(スティーブン・G・ブランク著、堤孝志/渡邊哲 訳、翔泳社)、「スタートアップ・マニュアル」(スティーブン・G・ブランク、ボブ・ドーフ/著、飯野 将人/堤 孝志 訳、翔泳社)、「最強の起業戦略」(リチャード・ドーフ/トーマス・バイアース著、設楽 常巳 訳、日経BP社)、「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

担当教員から履修者へのコメント:

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

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

マーケティング戦略 2単位(1学期)

MARKETING STRATEGY 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、およびブ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。

本コースは、前半をケースによるマーケティングのフレームワークに関する討論と、とりあげるテーマに関する講演ならびに受講生による事例提案(シーズ紹介)にあて、後半をグループによるフィールドワークならびにコンサルテーション(プレゼン)で構成します。最終の報告会では、供出テーマの経営者もしくは企画担当、および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、4人になるようグループ分けする予定です。

授業の計画:

KBS在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:

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。本科目では、マネジメント・コントロールとは具体的に企業内でどのように活用され、どのような課題をもつのかなどを議論します。

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。

授業の計画:

KBS在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:

・授業中の貢献度	40%
・報告内容(中間、担当部分含めて)	20%
・学期末レポート	40%

テキスト(教科書):

教科書は特に指定しない

参考書:

・横田絵理・金子晋也『マネジメント・コントロール-- 8つのケースから考える人と企業経営の方向性』有斐閣2014

マネジリアル・エコノミクス 2単位(1学期)

MANAGERIAL ECONOMICS 2credits (Spring)

教授 大林 厚臣

授業科目の内容:

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

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

授業の計画:

KBS在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:

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

テキスト(教科書):

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

『組織の経済学』 ポール・ミルグロム他著 NTT出版 1997年 ISBN: 4-87188-536-4

『ビジネス意思決定』 大林厚臣著 ダイアモンド社 2014年 ISBN: 978-4-478-02955-8

参考書:

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

流通論 2単位(1学期)

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

授業の計画:

KBS在在校生ページに掲載するコースアウトラインを参照してください。

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。

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)

教授 姉川 知史

授業科目の内容:

本科目は「プロジェクト・フォーラム教育」を行う。

本科目は「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/)に参加する学生のうち、研究科の単位履修を希望する学生のための科目であり、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。1科目のみでも履修可能である。

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、2015年度はその6年目を実施する。

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つによって実施する。

このプログラムの当研究科における科目を、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 (毎月1回)
4. プロジェクト研究の実施

履修要件:「グランド・デザイン策定の融合型教育」プログラムについては5月に説明会を行い、プログラムへの参加申請を受け付ける。グランド・デザイン・プロジェクト1科目については、7月に履修申請を行う。

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(2014年7月4-5日、11日予定)。本科目の履修予定者はこのセミナーに参加することが求められる。詳細は個別に相談。

9月にプロジェクト題材と、プロジェクト・チームを決定し、プロジェクト作業を実施する。

教育上の利点

1. 重要課題について、学生が自ら問題設定し、調査研究を行い、発表提言する機会
2. 課題チームにおけるプロジェクト・マネジメントの経験
3. 課題検討のフォーラムの企画、マネジメントの経験
4. 塾内外の教育資源へのアクセス、調査研究費の使用

学生の関心を反映した特定のプロジェクト課題を1つ設定し、研究科内外の学生、社会人、数人のチームを形成し、プロジェクト研究を行い、報告書を作成し、具体的提言を行う。プロジェクト課題としては、例えば「スマートシティ評価」、「エネルギー産業」、「開発途上国向けビジネス」、「都市再生」、「農林水産食品加工業」等がある。

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。>

1. 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。
2. 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>

1-6 Special Seminar on Project & Program Management for the Grand Design (7月実施 7月4日-5日、11日予定)

7-9 Forum 討議1(9月実施)

10-12 Forum 討議2(10月実施)

13-15 Forum 討議3(11月実施)

16-20 教育方法論、プロジェクト報告・指導授業

成績評価方法:

評価基準: 授業参加、フォーラム参加、プロジェクト・レポート

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

質問・相談:

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、オリエンテーションを5月から6月に行うので希望者は参加してほしい(日程と場所はHP参照 <http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>)。また、フォーラムについては、科目履修のプレイベントを、2015年3月1日、3月22日に予定している(場所は協生館5F、エグゼクティブ・ルーム)。

経営科学と意思決定 2 単位(2 学期)

MANAGEMENT SCIENCE AND DECISION MAKING

2credits (Fall)

—国際金融市場の実証分析 (Empirical Studies of International Financial Markets)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

総合政策学部准教授 和田 龍磨

授業科目の内容:

The goal of this course is to provide students with empirical methods and statistical approaches to understanding international financial markets. While classes will be mainly devoted to interpreting data, we will pay close attention to some economic theory that (presumably) explains the dynamics of international financial markets. Our topics include determinants of exchange rates and the effects of monetary policy.

授業の計画:

Please see the course outline section of the KBS website.

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:

Problem Sets 20%

Project 25%

Midterm Exam 25%

Final Exam 30%

テキスト(教科書):

To be announced.

参考書:

Bekaert, G. and R. Hodrick (2012). International Financial Management 2nd Ed. Pearson. ISBN: 9780132162807. (Tentative)

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組上に上げて討議し、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。

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。此处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)

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に評価に利用したことはない。

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。

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進めたい。

許斐義信編著「ケースブック企業再生」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、その旨要請されたい。

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。

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。

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。

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

1credit (Fall)

教授 磯辺 剛彦

教授 河野 宏和

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を含め、担当教員を交えてディスカッションする。

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:

出席、ミニレポート(毎回の授業後ゲストスピーカーへの送付を考えている)

テキスト(教科書):

特になし

参考書:

特になし

経営法学 I 2単位(2学期)

MANAGEMENT LAW 1 2credits (Fall)

法務研究科(法科大学院)教授 奥邨 弘司

授業科目の内容:

・学習目標

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

この授業の目的は、法律の専門家を養成することではないから、受講生諸君が、細かな法的知識を身につけることを目指さない。もちろん、個々人が抱える法的な疑問について解決する機会でもない。

そもそもビジネス・ローの分野は、法改正も頻繁で、裁判例も多く、常にアップ・ツー・デートしなければ知識は陳腐化してしまう。よって、法律の専門家以外は、細かな知識よりも、法制度の基本原則や法的な考え方を身につけることが肝要である。

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

・概要

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

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:

出席・質疑応答状況とレポート課題により総合的に評価する。

テキスト(教科書):

『現代企業法務 (国内法務編)』井原宏・河村寛治・阿部博友編著
大学教育出版 2014年

担当教員から履修者へのコメント:

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

経済理論Ⅱ 2単位(2学期)

ECONOMIC THEORY 2 2credits (Fall)

講師 江口 允崇

授業科目の内容:

マクロ経済学とは、一国全体(または世界全体)の経済の動きを分析する学問です。新聞やニュースでよく聞くデフレ不況や失業率増加、円高・円安、財政赤字、年金問題など、これらは全てマクロ経済学の研究対象です。これらの現象がなぜ起こり、我々や政府はどのように対応するべきかを考えるのがマクロ経済学の基本目的と言えます。本講義では、マクロ経済学の基礎的な理論を身につけることを主眼に置き、履修者が自分なりにマクロ経済学の理論に基づいて経済問題を考えられるようになることを目的とします。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す。

- 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) 財市場と金融市場の同時均衡
- 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 財政・金融政策の諸問題 (1) ゼロ金利下における経済政策
- 第15回 財政・金融政策の諸問題 (2) デフレの弊害

第16回 政府債務と財政赤字

第17回 マクロ経済学の近年の展開

第18回 期末試験

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:

最後の授業における期末試験の点数で評価します。

テキスト(教科書):

N.G.マンキュー『マンキューマクロ経済学Ⅰ・入門篇(第3版)』東洋経済新報社, 2011年。

N.G.マンキュー『マンキューマクロ経済学Ⅱ・応用篇(第3版)』東洋経済新報社, 2012年。

※但し、テキストに完全に従うわけではありません。

担当教員から履修者へのコメント:

板書によって授業を行うので、大量の板書をノートに書き写すことを覚悟して下さい。

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:

PURPOSE

=====

Examine why Japan might see rapid change over next three to five years.
Competitive dynamics of emerging markets - Threats and opportunities
Impact of social media
Developing a global approach to business as well as life
Evaluating business opportunities - from investors' perspective
目的

=====

今後3~5年間で日本でどのような急激な変化が起きるかについて考察する

新興市場の競争ダイナミクス、脅威と機会

ソーシャルメディアの影響

ビジネスと人生に対するグローバルなアプローチを開拓する

ビジネス機会を検討 - 投資家の視点から

授業の計画:

- 1 YEN getting cheaper?? Impact on Japan Inc.
- Samurai export machine - adapting to new environment
- Macro-economic implications
- 2 Japan under RAPID transformation
- Drivers of change
- Potential consequences
- 3 Emerging Markets - source & scale of demand
- Demographic trends in various key markets
- Resources and assets of different countries
- 4 Market Entry - Designing a winning strategy
- Map products and services to demand
- Focusing on "high probability of success" areas
- 5 Social Media being a integral part of business
- Learning from information-aware consumer
- Controlling consumer perception
- 6 GUEST Lecturers (Will invite 2 or 3 CEO, investors and entrepreneurs)
- The above sessions may change depending on their schedule
- 7 Politics - Impacts of regulations and geo-politics
- Policy changes can often create opportunities and challenges
- Case studies such as island dispute with China
- 8 Core Assets - What can Japan compete with
- What exactly are the differentiators
- How do companies and individuals leverage it
- 9 Valuing a Business - Economic Performance for Investors
- Valuation Methods
- Understanding Financial Model
- 10 GUEST Lecturers (Will invite 2 or 3 CEO, investors and

entrepreneurs)

The above sessions may change depending on their schedule

11 Negotiation - With foreigners and your own people

- Reading people and culture

- Emotional competence and closing deals

12 Acquisitions - Another way to enter market

- What to look for and what are typical mistakes made

- Examples of successes and failures

13 Group 1 - 3: Presentation of Group Projects

14 Group 4 - 6: Presentation of Group Projects

Other 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

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

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, tracing its development, examining the typical challenges faced by social enterprises, how their impact can be measured and ways in which they can collaborate with Government and the private sector.

<Course Contents>

The first part of the course will focus on the concept of social entrepreneurship and the typical challenges faced by social enterprises. The second part of the course will focus on attempts to measure the impact of social enterprises and on ways in which they can collaborate with Government and the private sector.

授業の計画:

To be delivered in the course outline section of KBS web site.

成績評価方法:

Class Participation 30% Group Presentation 30% Term Paper 40%

テキスト(教科書):

Understanding Social Entrepreneurship: The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing Word

組織と人間行動 2 単位 (2 学期)

ORGANIZATION AND HUMAN BEHAVIOR 2credits (Fall)

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。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、職務業績、ワーク・モチベーション、リーダーシップ、グループ・ダイナミクス、意思決定、組織の公正さなどです。受講生の人数にもよりますが、講義は、日本語や英語の文献・論文を輪読しながら進めていく予定です。取り上げる文献は、受講生の関心や興味を反映させたものを選択したいと思います。

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:

出席+授業貢献点: 30%、アサインメント: 30%、期末レポート: 40%

テキスト(教科書):

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

参考書:

Robbins, S., P., & Judge, T. A. (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。

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。

日本証券市場論 2 単位 (2 学期)

JAPANESE SECURITIES MARKETS 2credits (Fall)

石井久 KBS チェアシップ基金寄附講座

准教授 小幡 績

准教授 齋藤 卓爾

教授 高橋 大志

授業科目の内容:

本年はKBS財務教員3名による授業となる。

小幡は、株式市場、国債市場を中心に投資家行動の分析を行い、理論と現実の動きについて、学生と共に毎回議論を行う。

また、新興国市場におけるケーススタディ (英語) も2ケース行う。齋藤は、理論および実証研究の方法などについて日本の株式市場のデータを中心に指導を行う。

高橋は、企業活動とマーケットの関連性等について、議論する。

複数のゲストスピーカーを迎え、現場の投資家ともディスカッションを行う。

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:

期末レポートを課す

テキスト(教科書):

なし

参考書:

未定

日本における生産管理 II 2 単位 (2 学期)

PRODUCTION MANAGEMENT IN JAPAN 2 2credits (Fall)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

専任講師 (有期) 市来 寄 治

講師 天川 一彦

授業科目の内容:

This course focuses on management policy and practice of middle management at manufacturing companies in Japan. In this course, students will visit several manufacturing factories and learn about internal relationship between daily actual activities and management policies. Each student is encouraged to summarize action plans for connecting company's policies/objectives with the front-line activities at shop floors, under the assumption that they play the role of core middle management.

- Students will be divided into small groups comprised of 4-5 people.

- Each group exercises designing process of management policies with every employee involvement, for the sake of realizing corporate objective, on the assumption of fictitious model company and the middle management position. The process includes planning phase, programs for execution and promotion.

- Students will learn what to do in actual management, as well as theories.

- Corporate visits are planned to chemical plant with heavy equipment, assembly factory, and large infra-business unit.

- This class is divided into some phases, and the following studies are conducted in each phase.

- Through factory tours, students deeply learn what sorts of activities are important in factories.

- In each group, students discuss the assignment of each phase given by the instructor.

- After that, each group will make presentation followed by class discussion.

授業の計画:

Refer to the course outline section of KBS web site.

成績評価方法:

- Report and presentation (group)
- Class participation (individual)
- Final report (individual)

テキスト(教科書):

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 Instruction: English

国際単位交換プログラム設置科目

講師 ガルシア, クレマン

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.

■ 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:

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

成績評価方法:

Course Grading Criteria/ Maximum points

A. Class Participation /500

B. Short Essay and Presentation /500

Total maximum points /1000

テキスト(教科書):

Required Material

TBA

質問・相談:

Welcome during and after classes

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)

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、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み構築におけるKSFに迫ります。そして最後に、日本企業を主語とした場合の課題、例えばガラパゴス化、ビジネスアーキテクチャー変化への対応、グローバ

ル経営管理のあり方なども題材とし、それに対する打ち手についても考察をおこないます。

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

授業の計画:

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:

授業への出席、ならびにディスカッションへの貢献度 50%

期末レポート 50%

テキスト(教科書):

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

参考書:

堀出一郎・山田晃久(2003)『グローバルマーケティング戦略』中央経済社

丸谷雄一郎(2006)『グローバル・マーケティング 第4版』創成社

諸上茂登(2012)『国際マーケティング論の系譜と新展開』同文館出版

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

担当教員から履修者へのコメント:

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

質問・相談:

e-mail等を通じて随時対応します。

ヘルスケアポリシー 2 単位(2 学期)

HEALTH CARE POLICY 2credits (Fall)

ヘルスケア・マネジメント・イノベーション寄附講座

講師 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、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。

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:

クラス討論への貢献と期末レポートを同じウェイトで評価します。

テキスト(教科書):

厚生労働白書2012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ンにて指示します。

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

参考書:

さらに読みたい人のための参考文献

島崎謙治『日本の医療—制度と政策』東京大学出版会2011

西村周三監修, 国立社会保障・人口問題研究所編『日本社会の生活

不安—自助・共助・公助の新たなかたち』慶應義塾大学出版会2012

田中滋監修『地域包括ケアサクセスガイド』メディカ出版2014

担当教員から履修者へのコメント:

毎回の設問に答えられるよう予習に力を入れること。

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。

質問・相談:

アポイントメントはメールで tanaka@kbs.keio.ac.jp

ベンチャーキャピタリスト養成Ⅱ 2単位(2学期)

VENTURE CAPITALIST TRAINING PROGRAM 2

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ベ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の上場させて来た。

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グラムの授業と連携して、チームに分かれてVCファンドを実際に創設運営し、VC役を担い、理工学部生・大学院生の矢上祭における模擬店など小事業に対し投資して実際に支援し、ファンドとしての成果を、競争して出してもらう。また、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うとする受講者のみを対象とする。受動的な受講者には厳しく、また通年で受講することが望ましい。

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

授業の計画:

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:

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

テキスト(教科書):

NTVP作成の創業体験ノート、「アントレプレナーの教科書」(スティーブン・G・ブランク著、堤孝志/渡邊哲 訳、翔泳社)、「スタートアップ・マニュアル」(スティーブン・G・ブランク、ボブ・ドーフ/著、飯野 将人/堤 孝志 訳、翔泳社)、「最強の起業戦略」(リチャード・ドーフ/トーマス・パイアース著、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

担当教員から履修者へのコメント:

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

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

マクロ組織論 2単位(2学期)

MACRO ORGANIZATION MANAGEMENT 2credits (Fall)

教授 清水 勝彦

授業科目の内容:

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

授業の計画:

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:

ディスカッション、課題など

テキスト(教科書):

1. ジャック・ウェルチ『ウィニング』(日本経済新聞社)

2. 沼上幹『組織戦略の考え方』(ちくま新書)

3. 清水勝彦『組織を脅かすあやしい常識』(講談社)

参考書:

6. ダフト『組織の経営学』(ダイヤモンド社)

7. 柴田昌治『なぜ会社は変わらないのか』(日経ビジネス人文庫)

8. 清水勝彦『失敗から学んだつもりの経営』(講談社)

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目:不確実性と組織のマネジメント

リスクマネジメントと危機管理 2単位(2学期)

RISK MANAGEMENT AND CRISIS MANAGEMENT

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。

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:

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

テキスト(教科書):

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

秀和システム 2200円+消費税

ISBN 978-4-7980-3288-7

参考書:

ケースブック あなたの組織を守る危機管理

危機管理研究会編著

ぎょうせい 5000円 (消費税込み)

ISBN 978-4-324-09258-3

担当教員から履修者へのコメント:

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

ロジスティクス論 2単位(2学期)

BUSINESS LOGISTICS 2credits (Fall)

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

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 that in the 21st century the characteristics of Japanese marketing and consumer behavior continue to evolve and 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:

Please refer to the course outline, which can be found on the KBS student web page.

成績評価方法:

Class participation (individual): 15%

Presentations (group): 40%

Final report (individual): 45%

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, Johnny K; Nonaka, Ikujiro (2000) Relentless: The Japanese Way of Marketing

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

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

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 first part of the course will focus on developing an appreciation of some of the common issues in developing countries in Asia: poverty, lack of education, nutrition and health care, lack of access to credit, savings, insurance and pensions and need for clean energy. The second part of the course will involve case discussions on some of the recent innovative business solutions that seek to address the issues

<Course Contents>

Introduction to Common Development Challenges in Asia:

Poverty, Lack of education, nutrition and health care, Lack of access to credit, savings, insurance and pensions and Need for clean energy.

Case Discussions on business initiatives to address lack of nutrition and healthcare, Micro credit, Micro insurance, Savings for low income groups, Micro pensions and clean energy enterprises.

授業の計画:

To be delivered in the course outline section of KBS web site.

成績評価方法:

Class Participation 30%

Midterm Test 30%

Group Presentations 40%

企業倫理 2単位(3学期)

BUSINESS ETHICS 2credits (Winter)

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。また個々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ない諸君も、このコースでは簡潔に規範倫理学の諸説を学べるので、予備知識は必要としない。

教育方法：

「ハーバードのケースで学ぶ企業倫理」リン・シャープ・ペイン著（慶應義塾大学出版会）を使用して、誠実な組織を構築する方法、戦略と倫理との関係、企業倫理の制度化とその管理・運営、を中心に講義を進めていく。ただし参加者の要望があれば教科書以外のショートケースを使用する場合がある。最初の時間にその点の確認を行いたい。

授業の計画：

KBS在校生ページに掲載するコースアウトラインも参照してください。

第1回

序論 企業倫理学の全体像、方法論の特徴、理論と実務との関係などを論じる

第2回

規範倫理学の理論 1 帰結主義

第3回

規範倫理学の理論 2 倫理的利己主義

第4回

ケース1：インスピーチ社の問題

第5回

規範倫理学の理論 3 功利主義

第6回

ケース2 シアーズ自動車センター

第7回

規範倫理学の理論 4 義務論

第8回

ケース3 マーティン・マリエッタ社

第9回

規範倫理学の理論 5 社会契約説：権利論

第10回

ケース4 AES社

第11回

規範倫理学の理論 6 社会契約説：正義論

第12回

ケース5 ロータス マーレットプレイス家庭篇

第13回

規範倫理学の理論 7 徳論

第14回

ケース6 ダウコーニング社

その他

必要に応じて補講を行うことがある。

成績評価方法：

・試験

（理論紹介が終わった時点で行う。形式は後日指示）30%

・期末レポート

（具体的なケースとその分析、政策提言、A4×10）50%

・クラス参加度 20%

テキスト(教科書)：

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

「ビジネスの倫理学」梅津光弘著（丸善 2002）

参考書：

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

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

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

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

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

このほか参考資料は教室でその都度紹介する。

担当教員から履修者へのコメント：

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

質問・相談：

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

競争戦略論 2単位(3学期)

COMPETITIVE STRATEGY 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(ベンチャーキャピタリスト、経営コンサルタント)の講演も予定している。

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

授業の計画：

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：

①発表とクラス貢献度、②期末レポート、③グループ発表成果、④出席

テキスト(教科書)：

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

参考書：

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

担当教員から履修者へのコメント：

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

金融機関経営 2単位(3学期)

MANAGEMENT OF FINANCIAL INSTITUTIONS

2credits (Winter)

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。

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：

主に授業への貢献、ケース分析

テキスト(教科書)：

なし

参考書：

適宜紹介します

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目:「財務管理」「日本証券市場論」

グランド・デザイン・プロジェクトⅡ 2 単位(3 学期)

GRAND DESIGN PROJECT 2 2credits (Winter)

教授 姉川 知史

授業科目の内容:

本科目はプロジェクト・フォーラム教育を行う。

本科目は「グランド・デザイン策定の融合型教育」(HP参照)に参加する学生のうち、研究科の単位履修を希望する学生を対象とした科目であり、2 学期「グランド・デザイン・プロジェクトⅠ」と、3 学期「グランド・デザイン・プロジェクトⅡ」によって構成される。1 科目のみでも履修可能である。

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り、2015年度はその6年目を実施する。

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する。そこでは、専門領域横断的、世代縦断的融合教育を実施し、プロジェクト教育、フォーラム教育の2つを実施する。

このプログラムの当研究科における科目を、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 (毎月1回)
4. プロジェクト研究

履修要件:「グランド・デザイン策定の融合型教育」プログラムについては5月に説明会を行い、プログラムへの参加申請を受け付ける。グランド・デザイン・プロジェクト1科目については、7月に履修申請を行う。

ここで3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を実施するので、本科目の履修予定者はこのセミナーに参加することを予め薦める。詳細は個別に相談。

グランド・デザイン・プロジェクト1で実施したプロジェクト、あるいは、他の科目等で実施したプロジェクトを継続実施する。

教育上の利点

1. 重要課題について、学生が自ら問題設定し、調査研究を行い、発表提言する機会
2. 課題チームにおけるプロジェクト・マネジメントの経験
3. 課題検討のフォーラムの企画、マネジメントの経験
4. 塾内外の教育資源へのアクセス、調査研究費の使用

学生の関心を反映した特定のプロジェクト課題を1つ設定し、研究科内外の学生、社会人、数人のチームを形成し、プロジェクト研究を行い、報告書を作成し、具体的提言を行う。プロジェクト課題としては、例えば「スマートシティ評価」、「エネルギー産業」、「開発途上国向けビジネス」、「都市再生」、「農林水産食品加工業」等がある。

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。>

1. KBS在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。
2. 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>

1-4 Forum 討議1(1月実施)

5-8 Forum討議2(2月実施)

9-12 Forum討議3(3月実施)

13-20 教育方法論、プロジェクト報告・指導授業

成績評価方法:

評価基準: 授業参加、フォーラム参加、プロジェクト・レポート

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

質問・相談:

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、オリエンテーションを行うので希望者は参加してほしい(日程と場所はHP参照 <http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>)。また、フォーラムについては、科目履修のプレイベントを、2015年3月1日、3月22日、7月の3日間集中セミナーを予定している(場所は協生館5F, エグゼクティブ・ルーム)。7月には3日間集中のセミナーを実施する。

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。

授業の計画:

経営革新 授業の計画 2016年1月—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11回 ケース討論 「次の生産拠点はどこに？」

第12回 同上
第13回 新規事業 「エネルギーの創造に向けて」
第14回 経営哲学と人材育成 「ホンダはどう人を育てるか」
第15回 パネル討議 「経営革新とは？」
第16回 同上
第17回 まとめのセッション
第18回 レポート完成
成績評価方法:
クラス貢献度ならびにレポート
テキスト(教科書):
なし
参考書:
なし
担当教員から履修者へのコメント:
他の基礎科目で学んでいる理論やフレームワークを適用する絶好の場となる科目です。

経営戦略におけるアントレプレナーシップ 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。

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 2-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

成績評価方法:

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

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

テキスト(教科書):

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

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

参考書:

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

<Reference books in Japanese>

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

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

<http://bit.ly/Nm7xUs>

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

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

担当教員から履修者へのコメント:

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

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

経営法学Ⅱ 2単位(3学期)

MANAGEMENT LAW 2 2credits (Winter)

講師 一色 正彦

授業科目の内容:

・学習目標

本科目では、事業経営に必要な法分野(会社法、独占禁止法、特許・商標・意匠・著作権法、契約法)について、法律の価値とリスクを理解した上で、有効に活用する方法論(コンプライアンス、リスクマネジメント、交渉学)を学ぶ。具体的には、①リーガルリスクの理解と実践的マネジメント(リーガルリスク・マネジメント)、②知的財産の価値とリスクを理解した有効活用(IPマネジメント)、③論理的に準備し、心理的な畏れを乗り越えた問題解決のための交渉(ビジネス・ネゴシエーション)の3分野について、実際に発生した事例に基づき、なぜ、その問題が発生したか、どのような問題解決の選択肢があったのか、そして、同様の問題に対して、実際に先進企業がどのように対応しているかについて、講義と演習により理解する。これらを通じて、受講者が、今後、経営を担う立場として、弁護士・弁理士等の法律の専門家を有効に活用して、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主題を基本とし、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、主題に関する前提知識の講義を行なう。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。主題により、特定法分野の実務家(企業経営者、法務・知財マネージャー、弁護士・弁理士等)が議論に参加する。全セッションを通じて、8ケースを学習する。そのうち、3ケースは、ロール・シミュレーション(1対1、2対2による模擬交渉)を行なう。

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:

課題レポート(1回)と授業貢献。

課題レポートは、主題の中から特定分野、または、全体について、論述する。授業貢献は、グループ演習のメンバーによる相互評価(クロス・エバリュエーション)で行なう。クロス・エバリュエーションは、グループ演習の課題検討に貢献できたか否かの自己評価、他のメンバーの貢献者(1名)を理由と共に記載する方法で行なう。本科目は、議論が中心であり、積極的な授業貢献は高く評価する。

テキスト(教科書):

特に指定教科書はないが、各主題毎に、推薦図書リストを当日配布する。

担当教員から履修者へのコメント:

関連する科目: 経営法学I (Business Law I)

財務報告分析 2単位(3学期)

FINANCIAL REPORTING AND ANALYSIS 2credits (Winter)

教授 太田 康広

授業科目の内容:

本コースでは、ビジネスに必要な情報を財務諸表から読み取る能力を身に着けるため、財務諸表分析と企業価値評価の手法を習得し、その応用事例を議論する。

ROE(自己資本利益率)やROA(総資産利益率)、酸性比率、流動比率といった財務指標の分析方法のほか、効率的市場仮説、資本コストの計算方法、さらに、割引キャッシュ・フロー・モデルや残余利益評価モデルのような企業価値評価モデルについても講義する予定である。さらに、いわゆる「実証会計理論」の3つの仮説(経営者報酬仮説、財務制限条項仮説、政治コスト仮説)を説明したあとに、アクルーアルと利益マネジメントについての最近の研究にも触れる。

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のこと。

成績評価方法:

発言点20パーセント、クラス発表40パーセント、レポート40パーセント。

テキスト(教科書):

なし

参考書:

K. R. Subramanyam and John Wild, Financial Statement Analysis,

McGraw-Hill/Irwin 10th edition, May 19, 2008.

Stephen H. Penman, Financial Statement Analysis and Security Valuation, 3rd edition,

McGrawHill, 2007

担当教員から履修者へのコメント:

全員が履修済みの基礎科目・会計管理の知識を前提とする。

財務理論 2単位(3学期)

FINANCIAL THEORY 2credits (Winter)

マーケットと企業

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。

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:

小テストおよびレポートを基に評価を行う。

テキスト(教科書):

『金融工学入門』デービッド・G. ルーエンバーガー, 日本経済新聞社, 2002.

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.

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。

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。

前半の授業は講義とディスカッションによって進める。後半のグループ・アサインメントでは、具体的な企業のインターネット関連の課題に取り組み、マーケティング戦略や事業戦略の策定を行うことによって、実践的なスキルを身につけることを目指す。

授業の計画:

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:

授業貢献、レポート、グループ・アサインメントから総合的に評価する。

テキスト(教科書):

特になし

参考書:

適宜紹介する。

消費者行動 2 単位(3 学期)

CONSUMER BEHAVIOR 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。

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:

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

参考書:

杉本徹雄編著『消費者理解のための心理学』、福村出版、1997年など

情報と意思決定 2 単位(3 学期)

INFORMATION AND DECISION 2credits (Winter)

教授 大林 厚臣

授業科目の内容:

当科目の狙いは、主として企業経営の場面において質の高い意思決定をするための参考になることです。内容としては、意思決定の理論と手法の紹介、情報の有効な利用、事例を用いた意思決定の演習などが含まれます。

意思決定の研究を大別すると、オペレーションズ・リサーチや経済学などで中心的な、「どのように意思決定をすべきか」という規範的アプローチと、認知科学や心理学などで中心的な、「人は実際にどのように意思決定をしているか」という記述的アプローチに分けられます。当科目では主として規範的アプローチを用いますが、学問領域にこだわらず、意思決定に役立つと考えられる内容を多面的に紹介します。

具体的な内容は次のようなものです。

意思決定の構造とモデル。規範的アプローチである合理的意思決定の特徴と限界。企業経営における意思決定の特徴や、コーポレート・ガバナンスの問題。

ゲーム理論とその経営戦略への応用、信用形成、コミットメントなどへの含意。通常はそれぞれ別の理論として紹介される、交渉理論、探索理論、競争市場理論を、統一した枠組みで比較検討します。インセンティブとエージェンシー理論。

人間のリスクに対する態度、企業におけるリスクマネジメントや危機管理、社会の防災に関する課題。リスクマネジメントおよびリーダーシップに関する意思決定の演習。

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:

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

テキスト(教科書):

『ビジネス意思決定』 大林厚臣著 ダイアモンド社 2014年
ISBN : 978-4-478-02955-8

参考書:

授業用のレジュメを配布します。レジュメは、各回のレクチャー(L) クラスに持参して下さい。

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

授業科目の内容:

ヒト・モノ・カネ、いわゆる組織の3資源である。本講はその第一、「ヒト」すなわち人的資源のマネジメント(=HRM)に関する科目である。だがヒトの能力や適性は他の資源より可視性が低い。にもかかわらず、それを組織としてどのように活用すればよいのか、根本的にマネジメントがむずかしい分野でもある。ゆえにその時々状況やその場の雰囲気、メンバーの主観的、時には利己行動などに影響され、いわゆるゴミ箱モデルの選択に陥りやすい部分でもある。

現実に自社の評価や能力開発、処遇などの制度をどう設計するのか。またそれはどのような思想と理論、そして自分達の状況認識にもとづくの。組織で人材をうまくマネジメントし生産性を上げるには、勘や流行の手法に安易に頼るのではなく、経営者とマネージャーは自身で有効なロジックを組み立て、周りを納得させる必要がある。実際、士気および労働生産性が高い組織・職場を調べると、しっかりした人材思想とマネジメントのロジックが存在していることがわかる。

また雇用環境の変化が速い昨今、個人も企業HRMの考え方を踏まえてキャリアを考える必要がある。よいキャリアとは行く先々で頑張って貢献し、評価・感謝されることの蓄積の結果である。この意味で、HRM知識は人事スタッフだけでなくマネージャー・経営者も必須であり、また自分のキャリアを考えたい個人にも参考になると考える。

なおこの科目はグループプレゼンとクラスディスカッションによって行う。前提として受講生は事前に教科書の該当部分を予習して出席すること。

授業の計画:

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:

成績は出席・貢献(授業・プレゼン)・最終レポートによる個人部分と、グループプレゼンテーションによる集団部分を合計して算出する予定。※ただし受講人数および状況によって変更がありうる。

テキスト(教科書):

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

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) 市来寄 治

授業科目の内容:

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

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:

フィールドワークの参加度での評価。個人レポートはなく、グループでの会社への報告会とレポートで代替する。

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

教授 浅川 和宏

授業科目の内容:

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

授業の計画:

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:

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

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、ファイナンス等、さまざまな知識が必要になるが、それらをバランス良く身につけることが望ましい。

授業の計画:

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:

出席+授業貢献点: 30%、宿題: 30%、期末レポート: 40%

テキスト(教科書):

主に配布資料およびケース

参考書:

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

日本における財務管理 2 単位(3 学期)

FINANCIAL MANAGEMENT IN JAPAN 2credits (Winter)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

准教授 小幡 績

特別招聘教授 張 秋華

授業科目の内容:

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

授業の計画:

KBS在校生ページに掲載するコースアウトラインを参照ください。

成績評価方法:

Group Presentation, and class contribution

テキスト(教科書):

N.A.

参考書:

N.A.

担当教員から履修者へのコメント:

Please bring your interest and excitement as to Japan.

日本における生産管理 2 単位(3 学期)

PRODUCTION MANAGEMENT IN JAPAN 2credits (Winter)

Language of instructions: English

国際単位交換プログラム設置科目

特別招聘教授 柿内 幸夫

授業科目の内容:

In the manufacturing industry, the profit may be different according to the way in which production is done. Initially production should be done with required quality and in a fixed schedule, while keeping facilities in good condition, stocking the inventory properly, training the staff such as operators to execute protocol and so forth are required.

Therefore in order for production management in Japan, to achieve business objectives, what is required is not only management direction of future strategies and policies, but also the ability of operators to carry out those requirements on shop floors.

This means production management in Japan is not only done by the decision of management but also done by the activities performed by the people on shop-floors. And continuous improvement or "Kaizen" is also an important factor to support the Japanese production industry.

In this course, both the strategic side and shop floor activity side will be discussed but the activity side may be discussed in more detail.

Basic activities for Japanese production management 5S, KZ method(company-wide discovery of problems on shop-floors) Kaizen activities, Seven wastes or "Muda's" of Toyota system, Exercise: Four Principles of Motion Economy.

Cost down activity by labor productivity improvement and inventory reduction, Exercise: Flow Production Production Systems of Japanese Motor Industry Presentation: Nissan production way (Guest lecturer NPW manager Mr.Hiroshi Ichikawa)

Execution of Kaizen by all employees Presentation:Kaizen activity by all the company members(Guest lecturer Fuji Seiko Co., Ltd. President Mr.Yasufumi Shimoji)

Quality Management, QC circle activities. Presentation: Nissan Motors' QC Circle Activity (Nissan QC manager Mr. Makio Satoh)

Making machines in-house.

Work training

Simplifying production by process integration and visualization of production plans

The course will include a plant tour to a factory which stresses the importance of shop floor management.

授業の計画:

Session 1 Orientation

Session 2 Basic Activities for Japanese Production Management 5S, KZ Method(company-wide discovery of problems on shop-floors)

Session 3 Kaizen Activities, Seven Wastes or "Muda's" of the Toyota System

Session 4 Exercise: Four Principles of Motion Economy.

Session 5 Execution of Kaizen by All Employees

Session 6 Presentation: Kaizen Activity by All of the Company's Members (Fuji Seiko Co., Ltd. President Mr. Yasufumi Shimoji)

Session 7 Cost Reduction Activity by Labor Productivity Improvement and Inventory Reduction

Session 8 Exercise: Flow Production

Session 9 Quality Management, QC Circle Activities

Session 10 QC Circle Activity (Ex Nissan QC manager Mr. Makio Satoh)

Session 11 Making Machines in-house.Work training

Session 12 Simplifying Production by Process Integration and Visualization of Production Plans
Session 13 Production Systems of Japanese Motor Industry
Session 14 Presentation: Nissan production way (NPW manager Mr.Hiroshi Ichikawa)
Session 15 Course Summery
Session 16 Course Summery
Session 17 Plant Tour
Session 18 Komy Co.,Ltd.
成績評価方法:
Class participation 50%, Short essay each lecture 50%, (Attendance more than 2/3 required)
テキスト(教科書):
Materials will be delivered in class.

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

教授 井上 哲浩

授業科目の内容:

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

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

授業の計画:

Day 1: Introduction to Marketing in Japan (Sessions 1 and 2)
Day 2: Consumer Behavior in Japan (Sessions 3 and 4)
Day 3: Marketing Environment and Marketing Strategy in Japan (Sessions 5 and 6)
Day 4: Product Development and Brand Management in Japan (Sessions 7 and 8)
Day 5: Communication Strategy and Cause Related Marketing in Japan (Sessions 9 and 10)
Day 6: Mid-Term Group Presentation (Sessions 11 and 12)
Day 7: Chanel Strategy and Relationship Marketing in Japan (Sessions 13 and 14)
Day 8: Corporate Strategy and Marketing Strategy in Japan (Sessions 15 and 16)
Day 9: Students' Presentation on Japanese Marketing (Sessions 17 and 18)

成績評価方法:

40% Class Participation
30% Session Assignments
30% Group Presentations

日本の経営環境 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

授業の計画:

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

成績評価方法:

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応用できるようになることを目指す。統計ソフトウェアを利用しながら学習する。

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:

授業への貢献度、個人課題、グループ課題、小テスト等の結果により評価します。

担当教員から履修者へのコメント:

1 学期自由科目「統計学入門」履修程度の知識を前提とします。

不確実性と組織のマネジメント 2 単位 (3 学期)

UNCERTAINTY AND MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS

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.

授業の計画:

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

成績評価方法:

Grading:

Class contributions 50%

Individual assignments 20%

Group projects 30%

テキスト(教科書):

Texts and readings:

1. Cases developed by KBS and Harvard Business School

2. Harvard Business Review and other articles

参考書:

References (FYI):

1. Weick, K.E., & Sutcliffe, K.M. 2001. Managing the Unexpected (Jossey-Bass)
2. Pfeffer, J. & Sutton, R.I. 2006. Hard Facts, Dangerous Half-Truths, 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)

教授 井上 哲浩

授業科目の内容:

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

授業の計画:

KBS在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:

20%アサインメント (グループ単位)

20%授業参加

30%中間報告

30%最終報告

テキスト(教科書):

岸、田中、嶋村著『現代広告論 新版(有斐閣アルマ)』有斐閣、2008年。

参考書:

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

担当教員から履修者へのコメント:

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

英語ビジネス・コミュニケーションⅡ 2 単位 (1 学期)

BUSINESS COMMUNICATION STRATEGY IN ENGLISH 2

2credits (Spring)

講師 定森 幸生

授業科目の内容:

基本認識

グローバル・ビジネスの最前線で必要とされる英語力とは、英語を使って事業目的を遂行できる実践力(active/productive skills)である。TOEICで測定される受け身の英語力(passive/receptive skills)は必要条件に過ぎず、仕事の現場で事業パートナー・取引先企業、上司・部下を含む自社の社員、関係政府機関などのステークホルダー全般に影響力を行使し、相手の心を動かして業績目的を達成できるだけ

の戦略的なコミュニケーション能力が不可欠である。その際、英語のネイティブであるなしに拘わらず、企業の社会的認知度と、そこで活動する個人のプロとしての洗練度の高さを積極的に表現し、会社と個人の“ブランド力”を高めることが、国際競争力の観点から重要である。

1. 「通じる英語」から「心を動かす英語」へ

ビジネスとは、自分(自社)の期待通りの行動を相手に起こしてもらうこと(to motivate your counterparts to do what you would like them to do)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”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「日本英語」が、すなわち競争優位性の高い「国際英語」である。

3. 「口頭表現力」は「文章構成力」を映す鏡

成人して身につける英語に関していえば、キチンと書けない内容はキチンと話せない。「書けるけど話せない」の多くはウソであると言って差し支えない。話すのが苦手という人の大半は、しっかりした説得力のある文章を書くのも苦手である。「聴き取りはできるけど話せない」もかなりウソ。聴いたとおりに細部まで復唱できない例が殆どである。アバウトで中途半端な理解の域を出ず、重要な細部を聴き漏らして後で混乱を招くこと(The devil is in the details.)が非常に多い。ネイティブ同士であっても、口頭表現だけに頼らず、事前・事後に書面で重要なポイントは確認しあう(要点の文書化)のがグローバル・ビジネスの常識であり、その意味では、ビジネス英語の真髄は、「コミュニケーションの文書化能力」と言うべきである。帰国子女などで口頭表現力が堪能な人も多かったが、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回から第8回までは、Part OneとPart Twoに分けて演習を行う。第9回は、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。

Part Two で使用する予定のビデオ・コンテンツは、SkillSoft社のBooks24x7サイト (<http://www.books24x7.com>) が提供するインターネット配信プログラム「LESSONS」に収録されている2000~2500種類のグローバル企業の top executive speech集の中から、講座目的に適した内容を事前課題として指定し、それをクラスでの分析・討論に活用する。これらのexecutive speechの表現方法、構成、音声の分析方法をクラスで学習したあと、授業終了後は、各自、興味のある分野の executive speech 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に活用することを期待する。このサイトの閲覧ライセンス料は、1年間の無制限閲覧がUS\$400程度のところ、KBSの学生のために特別価格を交渉中である。(履修者人数が確定した時点でSkillsoft社より金額が提示される。US\$150前後の見込み。)

本講座の究極の目的は、「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30日(土)から6月27日(土)まで、土曜日の1・2時限と火曜日の5・6時限の集中授業を予定している。各回のlesson objectiveの概略は下記の通りであるが、履修者の数および全体的なレベルとニーズに即して柔軟に対応するものとする。

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。

第1日目 (5月30日土曜日 第1・2時限)

第2日目 (6月2日火曜日 第5・6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(conciseness)
- 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IR・広報・CSRを含めた企業活動全般の対外コミュニケーションはもちろん、employee engagementやleadershipなどの人事管理の現場でも役に立つことを確認する。

Part Two

Fundamentals of Business Communication

① 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 practised across all company communication. Don't clutter written communication with unnecessary long-windedness: keep it precise and to the point. (Duration 4:52)

② 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 2:11)

③ 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 3:13)

第3日目 (6月6日土曜日 第1・2時限)

第4日目 (6月9日火曜日 第5・6時限)

会社の業種・業態・業績及び個人の職務プロフィール

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①~⑦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。

①会社の業種・業態を誰にでも分かりやすく簡潔に定義する。企業ブランドの観点から、経営理念(mission and values)、社会的貢献についても述べる。特に、インターネットに掲載する企業カルチャーについての説明は、できるだけ文化的にlow contextの内容を選択する配慮が望ましい。

②社内および社外の人に会社の事業計画・商品戦略等について分かりやすく説明する。企業ブランドを高めるためにどのような表現上の工夫が必要かについて検証する。

③その事業活動が一般の人々の社会生活にどのような価値や利便性をもたらすのかについて、その分野の専門家以外にもよく分かるような表現も含め、情報の価値と認知度(=ブランドイメージ)を高める方法を研究する。ニュース・リリースの効果的な発信方法について検証する。

④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。

⑤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を使って説明する。

⑥個人の現在の職務・職責を、組織内固有の役職名ではなく外部の人にもよくわかる表現で定義する。個人の職務経歴を、resumeやCV以外にbiographyの形式で読みやすく印象的に表現する。

⑦Fortune Global 500 (<http://fortune.com/global500>)の中から最も興味のある1社を選び、そのwebsiteに記載されている会社紹介の内容(業種、経営理念、事業戦略、業績など)で、特に印象に残った記述をクラスで紹介し、どのような点が効果的と感じたかについて自由に説明する。

Part Two

External Communication for Enhanced Branding

① 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 6:09)

② 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 3:23)

第 5 日目 (6 月 13 日土曜日 第 1・2 時限)
第 6 日目 (6 月 16 日火曜日 第 5・6 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に注意をはらい、期首目標に照らしたperformance management/coachingの事例を、シミュレーションの形式で学習する。

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

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

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

Part Two

Performance Management and Leadership

①Praise 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 5:04)

② 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 3:34)

③ 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. (Duration 5:04)

④ 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 4:22)

第 7 日目 (6 月 20 日土曜日 第 1・2 時限)

パートナー候補に対する新規事業案件を提案

Part One

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

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

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

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

Part Two

Proposing a New Project

① 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 5:07)

② 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 4:54)

第 8 日目 (6 月 23 日火曜日 第 5・6 時限)

意見対立の調整・克服、契約内容を巡る協議

Part One

事前に与えられたシナリオに基づき、相手企業との利害対立を処理し適切な妥協点を探る高度なコミュニケーション術について学習する。

①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。

②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。

③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。

④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

Managing Conflict and Problem Solving

① Building Trust Before Negotiating

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. (Duration 3:06)
Communicating Through Conflict

② Roger Fisher, Harvard Law School

IN BRIEF

In this lesson, Roger Fisher shares the story of how he counseled a former student, the president of Ecuador, to begin a successful negotiation away from a pending war with Peru. (Duration 5:44)

第 9 日目 (6 月 27 日土曜日 第 1・2 時限)

個別テーマのプレゼンテーション

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

成績評価方法:

事前課題の提出、クラスでの発表を総合的に勘案した絶対評価とする。

テキスト(教科書):

教科書は指定せず、事前課題の中で reading materials を指定するほか、世界の企業経営者の発言を数百種類収録したインターネットサイトである SkillSoft 社の Books24x7 サイト (<http://www.books24x7.com>) から、課題スピーチを download して事前課題の予習をおこなう。KBS学生対象の特別割引購入手配中。

参考書:

受講者の学習ニーズ・目標に応じて、適宜紹介する。

担当教員から履修者へのコメント:

特定の科目との直接的な関連はないが、ヒト、モノ、カネ、情報に代表される経営資源のマネジメントの場面を想定して、少しでもグローバルビジネスの臨場感を体験できるような講義テーマ設定をしている。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。

グッド・ビジネス・イニシアティブ 2 単位(1 学期)

GOOD BUSINESS INITIATIVE 2credits (Spring)

特任教授 岩本 隆

授業科目の内容:

グローバル化が進むビジネス社会の中で、CSR、サステナビリティ、社会的弱者への対応、経営倫理など、良きビジネス(グッド・ビジネス)に大きな関心が集まっている。本コースでは、グッド・ビジネスの“グッド”の意味を、幅広くかつ具体的な産業・ビジネスを題材に、経営学の分野横断的な視点(戦略、財務、人財、技術、...)で掘り下げ、これから創造していくべきグッド・ビジネスについて体系的に検討する。

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:

授業への貢献度、レポート、プレゼン

テキスト(教科書):

毎回配布する

参考書:

授業中に適宜紹介する

担当教員から履修者へのコメント:

授業を通して新たなコンセプトを創り上げていきます

統計学入門 2 単位(1 学期)

INTRODUCTION TO STATISTICS 2credits (Spring)

講師 木村 浩

授業科目の内容:

IT化されたビジネスの現場には、データが溢れています。その様なデータを的確に収集・分析することによって、経営判断の精度を上げる必要を感じたことがあるのではないのでしょうか。

本講義は、推定・検定といった統計学的方法論、さらに相関・回帰分析等の統計モデルについての解説を行います。基礎的な数値・統計の理論を学ぶ際に、背景にある原理を難しい数式や確率変数の概念を出来るだけ使わず、わかりやすく説明することを試みます。

また、講義の際には、データを用いた演習を行なうことで、学習効果を高めます。

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:

期末に実施するグループ研究発表及び授業への出席などにより総合的に評価します。

テキスト(教科書):

特になし

参考書:

授業中に適宜紹介します。

担当教員から履修者へのコメント:

本講義は、これまで統計学について、ほとんど学習したことのない学生を対象として実施します。講義の際には、都度、Microsoft Excelを用いた演習を実施しますので、ノートPCを持参して下さい。

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

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 universities 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

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.

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.

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 on a certain academic topic during the course.

質問・相談:

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)

講師 定森 幸生

授業科目の内容:

基本認識

グローバル・ビジネスの最前線が必要とされる英語力とは、英語を使って事業目的を遂行できる実践力(active/productive skills)である。TOEICで測定される受け身の英語力(passive/receptive skills)は必要条件に過ぎず、仕事の現場で事業パートナー・取引先企業、上司・

部下を含む自社の社員、関係政府機関などのステークホルダー全般に影響力を行使し、相手の心を動かして業績目的を達成できるだけの戦略的なコミュニケーション能力が不可欠である。その際、英語のネイティブであるなしに拘わらず、企業の社会的認知度と、そこで活動する個人のプロとしての洗練度の高さを積極的に表現し、会社と個人の“ブランド力”を高めることが、国際競争力の観点から重要である。

1. 「通じる英語」から「心を動かす英語」へ

ビジネスとは、自分（自社）の期待通りの行動を相手に起こしてもらうこと（to motivate your counterparts to do what you would like them to do）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”表現力と、相手の理解度・反応に即して自分の表現方法を柔軟に変える即応力が必要である。そのためには、表現力の“引き出し”の多さが決め手になる。

2. 「国際英語」を身につける時代

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

3. 「口頭表現力」は「文章構成力」を映す鏡

成人して身につける英語に関していえば、キチンと書けない内容はキチンと話せない。「書けるけど話せない」の多くはウソであると言って差し支えない。話すのが苦手という人の大半は、しっかりした説得力のある文章を書くのも苦手である。「聴き取りはできるけど話せない」もかなりウソ。聴いたとおりに細部まで復唱できない例が殆どである。アバウトで中途半端な理解の域を出ず、重要な細部を聴き漏らして後で混乱を招くこと（The devil is in the details.）が非常に多い。ネイティブ同士であっても、口頭表現だけに頼らず、事前・事後に書面で重要なポイントは確認しあう（要点の文書化）のがグローバル・ビジネスの常識であり、その意味では、ビジネス英語の真髄は、「コミュニケーションの文書化能力」と言うべきである。帰国子女などで口頭表現力が堪能な人も多かったが、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、Part One と Part Two に分けて演習を行う。最終回は、総括プレゼンテーションを行う。

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。

Part Two で使用する予定のビデオ・コンテンツは、SkillSoft 社の Books24x7 サイト (<http://www.books24x7.com>) が提供するインターネット配信プログラム「L E S S O N S」に収録されている 2000～2500 種類のグローバル企業の top executive speech 集の中から、講座目的に適した内容を事前課題として指定し、それをクラスでの分析・討論に活用する。これらの executive speech の表現方法、構成、音声の分析方法をクラスで学習したあと、授業終了後は、各自、興味のある分野の executive speech 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に活用することを期待する。このサイトの閲覧ライセンス料は、1 年間の無制限閲覧が US\$400 程度のところ、KBS の学生のために特別価格を交渉中である。（履修者人数が確定した時点で Skillsoft 社より金額が提示される。US\$150 前後の見込み。）

本講座の究極の目的は、「書いた内容の要点は必ず話す」「話す内容の要点は必ず書く」ことで、予習の中心は、多くの教材を読み、聴いたあとで自分の考えを必ず書いてまとめるタスクとする。
9 月下旬から 11 月下旬まで、2 コマ連続の集中授業を予定している。各回の lesson objective の概略は、コースアウトラインに掲載するが、履修者の数および全体的なレベルとニーズに即して柔軟に対応するものとする。

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:

事前課題の提出、クラスでの発表、最終回の総括プレゼンテーションを総合的に勘案した絶対評価とする。

テキスト(教科書):

教科書は指定せず、事前課題の中で reading materials を指定するほか、世界の企業経営者の発言を数百種類収録したインターネットサイトである SkillSoft 社の Books24x7 サイト (<http://www.books24x7.com>) から、課題スピーチを download して事前課題の予習をおこなう。KBS 学生対象の特別割引購入手配中。

参考書:

受講者の学習ニーズ・目標に応じて、適宜紹介する。

担当教員から履修者へのコメント:

特定の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。

事前課題は日本語で提示するが、授業はすべて英語で行う。

質問・相談:

履修に関する質問、授業内容に関する個別の質問などは、yksadamori@aol.com に随時連絡のこと。

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卒卒者が関与する機会はほとんどない。また、大会社のサラリーマンは、仮に経理部に配属されていたとしても、自ら会社の会計帳簿を記帳し、貸借対照表や損益計算書を作成したことはない。すべてシステム化されて

しまっている大企業のサラリーマン経験が、必ずしも会社経営を勉強するに十分なビジネス経験とは言えないのである。

このような現状を短期間で克服し、会社経営の全体構造を体験的に早い段階で理解していることは、大変重要なことである。そうでなければ、ビジネススクールでいくら学んでもスティープ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、必ず株式会社の仕組みについての基本的な知識を包括的に身につけられるようになる。

授業の計画:

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:

出席、レポート提出等を元に評価

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・オスターワルド/イヴ・ピニユール著、小山龍介訳、翔泳社)、および、その他、ベンチャー 起業活動、ベンチャー経営に関する著書

担当教員から履修者へのコメント:

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

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

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
特任准教授 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ですが、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履修者自らが先生役(ディスカッションリーダー)となつて、③先生役と生徒役の双方からケースメソッド授業を実際に動かしながら、④ケースメソッド教授法について学んでもらう。授業の中核となるディスカッションリード演習では、ケースメソッド授業の「準備」と「運営」と「振り返り」に焦点を当てる。科目開講中に演習のチャンスが得られるのは6名限りだが、仲間がすぐそばで演習に打ち込んでいる姿を見守るだけでも、貴重な学習機会となる。

授業の計画:

本科目は、通常の1コマ90分の授業を1日に4コマ続けて、隔週で4日間開講する。授業が行われるのは、10/10、10/24、11/7、11/21のいずれも土曜日の10:00-17:15。これ以上の詳細な授業計画は、KBS在校生ページに掲載するコースアウトラインを参照のこと。

成績評価方法:

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

テキスト(教科書):

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

参考書:

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

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

担当教員から履修者へのコメント:

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

人材開発論 2 単位(2 学期)

HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT 2credits (Fall)

専任講師 大藪 毅

授業科目の内容:

本科目は今年度から開講する。近年戦略性を増している人的資源管理のなかで重要な位置を占める従業員の教育・能力開発をあつかう。よく企業の経営資源としてヒト・モノ・カネ・情報の4つがあげられるが、考えてみればモノ・カネ・情報に関する決定はすべてヒトが行うものであり、ゆえにヒトの能力によって組織の生産性・創造性は大きく左右される。またその能力の中身についての解釈は様ではない。例えば頻繁なビジネス環境と技術体系の変化と交代の中で、旧来考えられてきた暗記的な専門知識の多寡だけではなく、ビジネスや社会の様々な場面において自分が置かれた環境の文脈を洞察し、それに沿って解答を出して実現するという高い応用性と行動性の比重が高まっている。また能力の獲得を学習とするならば、それは意識的に努力して勉強できるものだろうか。近年の知見ではおかれた環境からの、いわば知らず知らずの影響が大きいとされている。このように拡大する能力と開発の概念・範囲をどうとらえ、またどのように制度化し取り組むかは、企業だけでなく、変化し続けるビジネス社会の中で何十年もの長期にわたって生き抜いていかなければならない、つまり自己の能力を変化・開発し続けていかなければならない個人にとっても、極めて重要である。その意味で、企業能力開発は個人のキャリア形成とも表裏の関係にある。本科目では人事管理論にくわえ、心理学・社会学・教育学・認知論の関連諸分野の知見も踏まえて、手法紹介だけでなく、その基底にある人間観を見据えながら議論を深めたい。

授業の計画:

初年度につき、内容および順序については受講生と初回決定する予定。

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

成績評価方法:

出席: 授業貢献: レポート=30: 40: 30 但し変更もありうる。

ビジネス英語 2 単位(3 学期)

BUSINESS ENGLISH 2credits (Winter)

基礎単語からやり直すビジネス英語

講師 日向 清人

授業科目の内容:

どのような英語でも、その 8 割が General Service List の単語 (2000 強) でまかなわれており、さらに Academic Word List の 900 単語を積み増すと 9 割カバーできることが知られています。そこで、コースの前半はノートパソコンその他フィールドに入力できるデバイスを持参してもらった上、自動採点クイズですぐ結果がわかるエクセルシートを使いながら、徹底的に基礎単語の典型用法を復習します。後半は実務編の演習です。音声聞きながら、それを書き取って入力するディクテーション・アプリによるメールを書く演習。それと終盤では、英文の構成法を説明してから、社内メモ、報告書が書けるようになる演習を進めます。

授業の計画:

第 1 回: GSL 単語初級編 Part 1-Part 4 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答 (例えばなぜ、ここは into であり in ではないのか等) に当てます。

第 2 回: GSL 単語初級編 Part 5-Part 8 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答。

第 3 回: GSL 単語初級編 Part 9-Part 12 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答。

第 4 回: GSL 単語初級編 Part 13-Part 16 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答。

第 5 回: GSL 単語初級編 Part 17-Part 19 の約 300 問を 50 分で解き、残り時間を質疑応答。

第 6 回: GSL 単語中級編 Part 1-Part 4 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答。

第 7 回: GSL 単語中級編 Part 5-Part 8 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答。

第 8 回: GSL 単語中級編 Part 9-Part 12 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答。

第 9 回: GSL 単語中級編 Part 13-Part 16 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答。

第 10 回: GSL 単語中級編 Part 17-Part 20 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答。

第 11 回: GSL 単語上級編 Part 1 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答。

第 12 回: GSL 単語上級編 Part 2 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答。

第 13 回: GSL 単語上級編 Part 3 の約 400 問を 1 時間で解き、残り時間を質疑応答。

第 14 回: 会議・交渉の典型フレーズのディクテーションによる演習。(自動採点)

第 15 回: グループワークで、会議・交渉のやり取りを仮想会話例として作成し、演習。

第 16 回: プレゼンの必須フレーズと構成法を説明してから、グループワークでプレゼンを組立て、発表する演習。

第 17 回: メール構成と典型フレーズを体得するためのディクテーション。(ディクテーション)

第 18 回: グループワークでメールの作成演習。

第 19 回: 英文として認識されるためにはセンテンスどうしがどうつながっていなければならないかの説明と演習

第 20 回: 前回の内容を理解したかを確認するためのレポートまたはエッセーの作成演習。

成績評価方法:

自動採点で結果がすぐ出る 1 から 14 回、それと 17 回については正答率 80% 以上で A、70% 以上で B、60% 以上で C。他の回は個別に A、B、C 評価をつけていき、最終的にその平均ならびに取り組み方等の平常点を加味しますが、単位取得には B 以上が必要です。

テキスト(教科書):

18 回までの演習については、事前に教材を配布します。19 回以降のライティングについては、『即戦力がつく英文ライティング』日向清人著 DHC ISBN: 978-4887245396 を使います。

参考書:

『即戦力がつく英文法』日向清人著 DHC 2014 年 2013 年 ISBN: 978-4887245587 (後半の第 3 部がスピーキングやライティングの段取りを説明しています)

2015 年夏頃に刊行予定の、日向清人著『GSL 単語クイズ (仮題)』(TS 企画)

担当教員から履修者へのコメント:

語彙水準が 3500 レベルの人でも、日本では世界標準の単語集である General Service List が知られていないためか、そのうちのおよそ 400 が抜け落ちているという実証研究があります。英語の 8 割をまかなっている基礎単語の 1/5 が抜けているようでは、いくら各種英語検定の対策本で勉強しても、その場しのぎで終わってしまいます。1 時間に 400 問解くのはかなりきついのですが、そのくらいの fluency を確保しないと使い物になりませんから、事前に何度も練習して、当日、水準をクリアできるよう努めてください。ご承知のとおり英語は反復練習により体で覚えないとコミュニケーションに役立ちません。

質問・相談:

hinata [アットマーク] kt.rim.or.jp

受講を申し込まれた方は、授業開始前でも相談その他を受けつけます。

ビジネス・ゲーム 2 単位(2 学期)

BUSINESS GAME 2credits (Fall)

総合経営演習

講師 許斐 義信

講師 岡田 哲男

授業科目の内容:

日本の鉄鋼業をモデル化したゲームを使用する。

ビジネス・ゲームは、参加者が 8 ~ 12 人単位で企業一社を構成し、各社が同一市場で事業業績の向上を目指して激しい競争を展開する、いわゆる模擬経営の場である。経営環境は刻々と変化するので、経営の転換点を的確に把握し、営業・製造・研究開発・資金・人員配置などについて総合的判断、経営問題の定義、定義した課題に関して的確な経営計画の策定そしてその実行など多岐わたる経営判断を求める。

各コースで学んできた会計、組織と人間、情報システム、マーケティング、生産、財務の諸分野における概念や技能を駆使した企業間競争の展開を通じて、参加者は、経営の各分野間の協調の重要性とマネジメントの役割とについての討議し試行しながら、その経営における位置づけと、経営問題の定義そして総合経営の要諦について認識を深めることを迫られる。数日に縮められた、数年分の模擬経営は戦略策定の場であり組織生成過程の体験の場であり、経営管理制度構築の場である。また、組織における人間行動の本質を見る機会にも遭遇する。当コースはオリエンテーションとシミュレーション実施後の総括の時間を除き、主要なセッションは宿泊 (2泊3日) にて行う。

授業の計画:

適宜案内資料を配付します。

成績評価方法:

模擬経営終了後、チームに依る分析と発表そして全受講者と共に討議を行う。

その後、個人レポートを提出、基本的には出席とレポートで採点する。

テキスト(教科書):

ビジネスゲームの解説、数点の「テクニカルノート」などを授業開始前に配布する。

参考書:

図書館にはビジネスゲームに関する数冊の拙著があるので、関心がある方はお読み頂くことも可能である。

参考までに拙著を列記したい。

「講座ビジネスゲーム」入門編・応用編・技法編 中央経済社 共著
「ビジネスゲーム 新経営学入門」日本経済新聞社 共著

「MBA ビジネスシミュレーション」総合法令 共著

など。

担当教員から履修者へのコメント:

経営状況を総合的に認識すること、そして経営課題を定義し、その問題の解決を如何に行うべきか、に関して、仮説をたて討議することになるから、経営的視点で問題意識を持って参加頂くことを希望します。

質問・相談:

質問・相談がある方はメールしてコンタクトが可能。
メールは事務にて問い合わせ頂きたい。

会計管理特殊講義 3 単位(1 学期)

SEMINAR IN ACCOUNTING AND CONTROL

3credits (Spring)

会計管理演習 3 単位(2 学期)

RESEARCH SEMINAR IN ACCOUNTING AND CONTROL

3credits (Fall)

教授 太田 康広

授業科目の内容:

このコースは、主として、企業会計とディスクロージャーに関わる領域で修士論文を書こうとする人を支援する目的で行なわれる。「会計管理」の特殊講義であるが、修士論文のテーマは、狭い意味の「会計」に関するものに限定されるわけではない。具体的なテーマは受講者の関心とテーマに応じて変更される。

授業の計画:

メンバーの修士論文の進捗状況報告を中心とする。全員で興味を持ってそうな文献があれば、輪読することも考えたい。

成績評価方法:

修士論文および修士論文執筆過程のパフォーマンスを評価する。

会計管理特殊講義 3 単位(1 学期)

SEMINAR IN ACCOUNTING AND CONTROL

3credits (Spring)

会計管理演習 3 単位(2 学期)

RESEARCH SEMINAR IN ACCOUNTING AND CONTROL

3credits (Fall)

准教授 村上 裕太郎

授業科目の内容:

本科目では、トップ・ジャーナルに掲載された会計の論文をサーベイし、修士論文の作成を目標とする。

履修要件: 会計学、ミクロ経済学、および計量経済学の基礎的知識を必要とする。

授業の計画:

履修者に別途知らせる。

成績評価方法:

履修者に別途知らせる。

経営環境特殊講義 3 単位(1 学期)

SEMINAR IN BUSINESS ENVIRONMENT 3credits (Spring)

経営環境演習 3 単位(2 学期)

RESEARCH SEMINAR IN BUSINESS ENVIRONMENT

3credits (Fall)

教授 姉川 知史

授業科目の内容:

プロジェクト型の修士論文の作成準備を次のように行う。プロジェクト型とは、課題設定、分析、提言、実施の一連のプロセスを想定した研究である。提言を含むこと、また、実施を想定していることに特徴がある。

プロジェクト型の修士論文では、課題設定が極めて重要である。日本や世界の重要課題を題材として、その中心的課題を明らかにし、それについて何らかの解決をめざす、提言、実施を行うための作業を1年をかけて実施する。

研究体制は、通常は、複数の多様な専門領域、社会的背景の者が集まり、共同作業を行う形態をとる。したがって、3名前後のチームを編成するのが理想的である。これが困難で1人プロジェクトとなる場合は、指導教員、外部の専門家などと協力して集団で検討する体制を実現する。

この教育の目的として、第1に、論文を書くにあたって必要な能力を訓練する。これは研究テーマや課題の選択方法、仮説の設定方法、論証の仕方等、理論の作り方、実証研究の方法等を強調する。

第2に、具体的プロジェクトの題材に即して、それに関連する内容を包括的に、他領域を含めて俯瞰的に検討する。

第3は、これまでになかった斬新な方法を提言する。

修士論文は、個々の学生ごとに提出し、評価を受ける。プロジェクト型では、分担して作成した「共通部分」と、個人で作成した「個別部分」の2部構成とする。

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

授業参加と修士論文

経営環境特殊講義 3 単位(1 学期)

SEMINAR IN BUSINESS ENVIRONMENT 3credits (Spring)

経営環境演習 3 単位(2 学期)

RESEARCH SEMINAR IN BUSINESS ENVIRONMENT

3credits (Fall)

教授 中村 洋

授業科目の内容:

この講義では、産業組織論、経済学、経営学の観点から、企業・組織の戦略的行動に関する諸問題を検討します。特に、急速に変化する外部経営環境に対して企業・組織がどのように対応するかについて考察を行います。具体的な研究テーマの例として、

●産業分析（バイオ、医薬品・医療、IT、環境関連、エレクトロニクス、電力・ガス、金融など）

●産業政策と企業（研究開発政策、産学連携、環境問題、医療政策、社会保障制度、規制緩和、産業育成など）

●企業（ベンチャーを含む）のR&D・組織戦略

●企業の社会的責任（SRI、環境）

●業界構造変化と内部経営資源蓄積（経営資源・能力論とSCP ロジックの動学的な関係）

●IT活用と組織改革

●ヘルスケアにおける連携（医療機関間連携、職種間連携）があります。

また、研究手法として、以下の点を重視します。

・基礎理論を使って、研究対象となる事象を単純化、体系化する。

・これまでの定説を鵜呑みにすることなく、新しい事実、考え方、提言を提示する。

・質問紙調査、インタビュー調査、ケース・スタディ、データを使った実証研究を行う

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

履修者に別途知らせる。

経営政策特殊講義 3 単位(1 学期)

SEMINAR IN MANAGEMENT POLICY 3credits (Spring)

経営政策演習 3 単位(2 学期)

RESEARCH SEMINAR IN MANAGEMENT POLICY

3credits (Fall)

教授 磯辺 剛彦

授業科目の内容:

本特殊講義の目的は、経営戦略や国際経営にかかわる諸問題について、実務的な問題認識とそれに対する学術的なアプローチを関係づけることにある。例えば、最近になって実務で重要な課題となっている社会的責任について、競争優位の観点から考察することなどがあげられる。具体的な研究テーマとしては、成熟市場におけるイノベーション、コモディティ市場における差別化、事業システムの変革、NPOのマネジメント、戦略資源としての不動産などを想定しているが、経営戦略や国際経営に関する領域であればテーマは問わない。

修士論文は研究テーマよりも、それに取り組むプロセスを重視するため、マネジメントに関する学術的な見識を高めるだけでなく、社会科学における方法論の知識も深める。問題の設定、仮説の構築、検証方法などを身につけることにより、実務における諸問題に対し

て科学的に取り組むことができる。研究へのアプローチについては、定量的な実証研究が望ましいが、科学的な検証手続きに従ってれば定性的な研究も歓迎する。

授業の計画:

基本的に、ゼミとしての統一テーマ（流通やロジスティックが主役になる戦略）、および修士論文に関する活動を柱とします。

成績評価方法:

ゼミでの貢献、および修士論文の完成度

経営政策特殊講義 3 単位(1 学期)

SEMINAR IN MANAGEMENT POLICY 3credits (Spring)

経営政策演習 3 単位(2 学期)

RESEARCH SEMINAR IN MANAGEMENT POLICY

3credits (Fall)

教授 小林 喜一郎

授業科目の内容:

昨今、企業をめぐる競争環境が大きく変化し、今まで通用してきた方法論が大きく揺らぎ始めています。従来とは桁違いのスピードで起きる変化、膨大な市場ポテンシャルを持つ新興国への展開の必要性、新たな競合としての新興国巨大企業の台頭、経済活動と社会との親和性を重視したサステナビリティ経営の重視等、様々な企業経営上の 이슈が取りざたされる中、企業はグローバルな視点でのユニークなポジションの設定、その達成に向けての世界規模での資源の再配置、経営管理システムの変更、が求められています。こうした認識のもと、本ゼミナールでは戦略論をベースとし、絶えずグローバルな視点から、従来の業界枠を超えた新しい競争ルールをどう確立していくべきなのか、将来に向けてどうやってイノベーションを起こすべきか、を常に中心課題として議論しています。

授業の計画:

修士論文作成のプロセスとスケジュール（修士論文の作成手順）

4 月～6 月：戦略理論と問題意識を元に討議、論文テーマを絞り込む。

6 月～7 月：仮説構築と検証方法の検討。プロポーザルの作成(小サンプルテスト)。

8 月～9 月：仮説検証のためのデータ収集、ならびにフィールドワーク。

10 月～11 月：データ解析、ならびにその結果の理論的解釈。

ケーススタディの作成と帰納的結論の導出。

12 月：論文の仕上げ(結論とインプリケーション)。

1 月～2 月：MBA 課程復習のための輪読会。

成績評価方法:

毎回の発表、課題成果、論文

テキスト(教科書):

その都度指定します。

参考書:

その都度指定します。

担当教員から履修者へのコメント:

当ゼミは Competition & Strategy を中心研究領域とし、これに興味を持っている人、あるいはこのテーマで論文に取り組もうという意欲のある人を歓迎します。具体的研究テーマとして例えば、戦略ドメインの定義と企業戦略、業界構造と競争戦略、戦略への資源論的アプローチ、イノベーションのマネジメント、多角化戦略、デファクト・スタンダード、ネットエコノミー戦略、新事業創造、脱成熟戦略、戦略提携、コア・コンピタンスと競争力、ナレッジと学習のマネジメント、組織コンフィギュレーション、ベンチャー企業経営、包括的市場攻略、リバースイノベーション戦略、などが考えられますが、当然これ以外のテーマも戦略に関するものなら結構です。なお対象とする業種・業態については特に制限はありません。

経営政策特殊講義 3 単位(1 学期)

SEMINAR IN MANAGEMENT POLICY 3credits (Spring)

経営政策演習 3 単位(2 学期)

RESEARCH SEMINAR IN MANAGEMENT POLICY

3credits (Fall)

教授 岡田 正大

授業科目の内容:

本ゼミでは、「個別企業が均衡を上回る経済的パフォーマンスを挙げることのための条件」を理論化した企業戦略論（Strategic Management）を支柱として現実の諸事象を分析し、持続的競争優位をもたらす条件を明らかにするとともに、実務に役立つ知見を導くことを目指す。当ゼミが注目するのは、企業戦略全般のテーマに加え、情報通信技術の進展をベースとした新たな事業モデル（群衆の叡智、Learning 2.0 等）、共有価値（C S V）、世界の最貧層市場（Base of the Pyramid）への戦略などである。

研究テーマ領域の例:

●企業の経済的パフォーマンスと社会的パフォーマンスの両立可能性（営利企業による社会問題解決）

●開発途上国・新興国市場での企業戦略

●「群衆の叡智・予測市場」の実証研究

●ネット経済下における持続的競争優位の源泉

●企業の持続性と経済的パフォーマンスの関係

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

議論への貢献度と論文の完成度によって評価

財務管理特殊講義 3 単位(1 学期)

SEMINAR IN FINANCIAL MANAGEMENT 3credits (Spring)

財務管理演習 3 単位(2 学期)

RESEARCH SEMINAR IN FINANCIAL MANAGEMENT

3credits (Fall)

教授 高橋 大志

授業科目の内容:

本講義では、企業財務とマーケットに関連するトピック等について取り扱う。代表的な金融資産である株式や債券などをはじめとした資産価格の評価方法や、企業の財務上の意思決定に焦点を当てたテーマについて、受講者の研究発表とそれに基づいた議論により、講義を進める。必要に応じて文献講読、データ分析方法に関する解説・レクチャー等を行う。

授業の計画:

各教員の指導による。

成績評価方法:

受講者の講義への取り組み、講義に対する貢献などを基に評価を行う。

テキスト(教科書):

必要に応じ講義中に指定する。

財務管理特殊講義 3 単位(1 学期)

SEMINAR IN FINANCIAL MANAGEMENT 3credits (Spring)

財務管理演習 3 単位(2 学期)

RESEARCH SEMINAR IN FINANCIAL MANAGEMENT

3credits (Fall)

准教授 小幡 績

授業科目の内容:

コーポレートファイナンス、行動ファイナンス、およびその他の興味深い事象に関する個人研究を支援するために、本ゼミは行われる。トピックは基本的に受講者の関心に対応して設定されるが、受講者の関心と大きく食い違わなければ、本年度は、スタートとしては、行動ファイナンスに関する事象について考えてみる予定である。なぜ、デイトレーディングで儲けることができるのか？ストラクチャードファイナンスとは、マーケティングだという小幡の主張はどのような意味か？そもそも、株式とは最後はどうなってしまうのか？優良大企業は永遠に不滅なのだろうか？

基本的には、受講者の関心のある事象、謎について、毎回議論を行うが、その解明、分析などに当たっては、academic paperやnews journal、dataなどを通じて考え、議論することも行う。それにより、それぞれの受講者の謎を論文にまで高められるよう、そして、各受講者が、個人で研究活動ができるよう、研究のノウハウの伝達も含めて、全員で協力していく。

授業の計画:

毎週1回 ディスカッションまたはプレゼンテーション

成績評価方法:

議論、論文の質による。

財務管理特殊講義 3単位(1学期)

SEMINAR IN FINANCIAL MANAGEMENT 3credits (Spring)

財務管理演習 3単位(2学期)

RESEARCH SEMINAR IN FINANCIAL MANAGEMENT

3credits (Fall)

准教授 齋藤 卓爾

授業科目の内容:

財務データ、株価データ、経営者・取締役データ、株主データなどを用いて企業に関する実証研究(計量分析)を行っています。研究テーマは主にコーポレート・ファイナンスに関連の深いコーポレート・ガバナンス、M&Aなどですが、組織の経済学や労働経済学に関連する研究も行っています。以下は現在取り組んでいる研究テーマです。

1. 経営者が企業業績・行動に与える影響の分析

※経営者の違いが企業行動や株価の違いに影響を与えているのかを特殊な経営者交代に注目して研究しています

2. M&Aのパフォーマンスの決定要因の分析

※M&Aの事後のパフォーマンスにコーポレート・ガバナンスなどがどのような影響を与えているのか研究しています。

3. ファミリー企業のパフォーマンスの決定要因の分析

※事業承継後、どのようなファミリー企業、何をしたファミリー企業が成功しているのかを研究しています

4. 取締役会に関する分析

※日本企業にとって取締役会、監査役会は重要なのか研究しています

5. 経営者のインセンティブ(役員報酬、キャリア)の分析

※経営者の交代、役員報酬がどのように決定されているのかを研究しています

6. 日本企業の収益性の決定要因の分析

※他国と比べて日本企業の収益率が低いことは昨今広く知られているが、なぜ低いのかを研究しています

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

平常点

生産政策特殊講義 3単位(1学期)

SEMINAR IN PRODUCTION POLICY 3credits (Spring)

生産政策演習 3単位(2学期)

RESEARCH SEMINAR IN PRODUCTION POLICY

3credits (Fall)

教授 河野 宏和

授業科目の内容:

製品やサービスを供給する企業や組織における経営管理活動を対象として、受講者の研究発表とそれに基づいた討論により、輪講形式で講義を進める。対象となる「生産・供給活動」には、工場における生産活動だけでなく、医療・金融・公共サービスなど、付加価値を提供する事業活動やそれを計画・管理する事務作業などの支援業務が広く含まれる。重点的に検討する問題領域は、受講者の関心を考慮して毎年決定するが、例えば

1. 自動化・情報化に伴う生産システムの設計・改善問題

2. 生産部門と販売部門の連携の進め方

3. 設計部門と生産部門の連携の進め方

4. 日本的生産管理手法の特徴と今後の課題

5. 設備投資の評価方法に関する問題

6. 生産・サービス企業の経営戦略

などが考えられる。特にこの科目では、対象となる企業や組織におけるオペレーションに着目し、そこに内在する問題点を明らかにし、それらを改善・設計していくための手法と考え方について、フィードバックを重視し、加えて文献研究と事例研究を通じて深く考察する。

授業の計画:

原則として週に1回のゼミ運営で進めますが、履修学生のテーマに応じて各教員が指導方法を定めます。

成績評価方法:

毎週のゼミでの発表内容、中間報告内容、最終論文発表会の内容、修士論文の内容を総合的に判断して評価します。

生産政策特殊講義 3単位(1学期)

SEMINAR IN PRODUCTION POLICY 3credits (Spring)

生産政策演習 3単位(2学期)

RESEARCH SEMINAR IN PRODUCTION POLICY

3credits (Fall)

教授 坂爪 裕

授業科目の内容:

本講では、企業のオペレーション活動に内在する主要な経営課題と意思決定問題について討議する。具体的な討議テーマは受講生の興味・関心に応じて決定する。

授業の計画:

別途指示します。

成績評価方法:

別途指示します。

組織・戦略特殊講義 3単位(1学期)

SEMINAR IN ORGANIZATION AND STRATEGY

3credits (Spring)

組織・戦略演習 3単位(2学期)

RESEARCH SEMINAR IN ORGANIZATION AND STRATEGY

3credits (Fall)

教授 浅川 和宏

授業科目の内容:

本ゼミでは国際経営論の最新理論と国際経営の今日的諸問題を研究する。グローバル経営に関する実証研究を行なう準備として、国際経営学、グローバル・イノベーション論、多国籍組織戦略論に関する基礎的理解を確認し、あわせて修士論文作成の為に必要な研究方法論に関する議論を行なう。その上で受講者各自の研究テーマ、研究設問の設定、ないし最適な研究方法論の選択を行なう。その後は適宜各自の研究の進捗に応じ、全体討論ないし個別指導を行なう。文献のみならず毎回のディスカッションをはじめ研究活動全般において英語を多用するので、英語と日本語の両方で議論を行う意欲のある学生に適している。当ゼミの代表的研究テーマとしては、グローバル・イノベーション戦略、グローバル・ストラテジー、国際R&Dマネジメント、グローバル・イノベーション経営、多文化・多言語・ダイバーシティ・マネジメントなどが挙げられる。尚、本講義で扱うテーマは国際経営に限定し、国内の経営問題は対象外とする。

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

研究成果に基づき評価する。

担当教員から履修者へのコメント:

ゼミ活動は、日本語、英語2ヶ国語で行います。

組織・戦略特殊講義 3 単位(1 学期)
SEMINAR IN ORGANIZATION AND STRATEGY
3credits (Spring)

組織・戦略演習 3 単位(2 学期)
RESEARCH SEMINAR IN ORGANIZATION AND STRATEGY
3credits (Fall)

教授 清水 勝彦

授業科目の内容:

本ゼミの主なテーマは「組織変革」「組織学習」である。企業の短期的な成功、失敗を取り上げるのではなく、企業の中期的な行動についての研究を通じ、より永続的な企業の競争力についての考察を深めたい。組織戦略論に関する内外の重要な研究文献を講読し、あわせて修士論文(ケースを含む)作成の為に必要な研究方法論に関する指導を行なう。受講者は各自で研究テーマを設定し、プロポーザル作成後は随時個別の指導を行う。

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

論文のクオリティ並びに貢献度合い

組織行動特殊講義 3 単位(1 学期)
SEMINAR IN ORGANIZATIONAL BEHAVIOR
3credits (Spring)

組織行動演習 3 単位(2 学期)
RESEARCH SEMINAR IN ORGANIZATIONAL BEHAVIOR
3credits (Fall)

准教授 林 洋一郎

授業科目の内容:

受講者が、自らの関心にしたがって心理学的な視点から調査や実験を行ったり、ケースを作成することを目的とします。広い意味で「組織や集団で協働する個人」を研究対象とします。「組織行動」あるいは「産業・組織心理学」とよばれる領域を基本的にカバーします。職務探索、転職における意思決定モデル、組織における公正、グループ・ダイナミクス、人事アセスメント、メンターシップ、動機づけ、キャリア展開などが、本科目に関わりの深いトピックといえるでしょう。

授業の計画:

各教員の指導による

成績評価方法:

出席が30%、最終成果物が70%である。

人的資源管理特殊講義 3 単位(1 学期)
SEMINAR IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT
3credits (Spring)

人的資源管理演習 3 単位(2 学期)
RESEARCH SEMINAR IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT
3credits (Fall)

専任講師 大藪 毅

授業科目の内容:

このゼミでは、企業の人的資源管理に限らず、雇用・労働市場などの社会的システム問題、また個人のキャリア選択・形成のあり方などまで含め、人的資源全般の諸問題について勉強します。専門知識や管理手法以前に、「ひと」に対して本能的興味がある方に来ていただきたいと思います。

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

ゼミへの出席、貢献、その他を総合的に勘案して決定。

マーケティング特殊講義 3 単位(1 学期)
SEMINAR IN MARKETING 3credits (Spring)

マーケティング演習 3 単位(2 学期)
RESEARCH SEMINAR IN MARKETING 3credits (Fall)

教授 井上 哲浩

授業科目の内容:

本ゼミナールでは、マーケティングの現代的課題を、参加者各人の自主的な研究を通じて検討する。参加者は、あらかじめマーケティングの特定分野に対する問題意識をもち、そのテーマを自ら理論的、分析的に深く解明するために、積極的に研究することとする。

個々人の研究に統一的な基礎を与えるため、理論的なマーケティング文献を輪読し、ディスカッションを通じて相互啓発をはかり、最終的に実証研究を行う予定である。

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

レポートにより評価。

マーケティング特殊講義 3 単位(1 学期)
SEMINAR IN MARKETING 3credits (Spring)

マーケティング演習 3 単位(2 学期)
RESEARCH SEMINAR IN MARKETING 3credits (Fall)

教授 余田 拓郎

授業科目の内容:

マーケティング戦略やマーケティング・マネジメントに関する主要な概念、理論および方法についての理解を深めることをねらいとする。とりわけ、近年研究成果の著しい顧客関係のマネジメントやサービスにかかわるマネジメントなどの領域について、内外の文献の輪読およびディスカッションを通じて、講義を進める予定である。

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

出席状況や授業への参加およびアウトプットにより評価する。

マーケティング特殊講義 3 単位(1 学期)
SEMINAR IN MARKETING 3credits (Spring)

マーケティング演習 3 単位(2 学期)
RESEARCH SEMINAR IN MARKETING 3credits (Fall)

准教授 坂下 玄哲

授業科目の内容:

マーケティングに関わるさまざまな問題に対して、特にミクロな消費者行動を分析視点とした研究アプローチからの解明を目指す。具体的には、消費者行動研究を中心とする関連分野の基本的な理論・説と、さまざまな研究方法の特性について、関連文献の輪読およびディスカッションを通じて理解する。その上で、参加者の自由な問題意識に沿った仮説を導出し、経験データの収集および分析を通じて検証を試みる。

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

講義における発言、および学生からの成果物をベースに総合的に評価する。

マーケティング特殊講義 3 単位(1 学期)
SEMINAR IN MARKETING 3credits (Spring)

マーケティング演習 3 単位(2 学期)
RESEARCH SEMINAR IN MARKETING 3credits (Fall)

准教授 山本 晶

授業科目の内容:

本ゼミナールでは企業や消費者が直面するマーケティングの諸問題と、それに関連する理論や研究方法についての理解を履修者全員で深めていく。履修者は具体的な研究テーマを設定し、研究目標を達成するための理論や研究方法を、輪読やディスカッションを通じて習得する。最終的にはマーケティングの諸問題に関する仮説を構築

し、量的、あるいは質的なデータの取得・分析によって仮説を検証することを目指す。

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

講義における発言、および学生からの成果物をベースに総合的に評価します。

マネジリアル・エコノミクス特殊講義 3 単位(1 学期)
SEMINAR IN MANAGERIAL ECONOMICS 3credits (Spring)
マネジリアル・エコノミクス演習 3 単位(2 学期)
RESEARCH SEMINAR IN MANAGERIAL ECONOMICS
3credits (Fall)

教授 大林 厚臣

授業科目の内容:

リスクマネジメント、組織や契約のデザイン、事業戦略、技術経営、経済政策などの中から適宜テーマを選び、討論と研究を行います。

授業の計画:

修士論文のテーマは各自の興味に沿って決めてもらいますが、ゼミとしてのシナジーを生むために、定期的に各自のテーマに関連した話題提供をしてもらい議論をします。この効果として、他のメンバーの研究テーマについても知識が広がるほか、情報を共有することで、お互いに役立ちそうなデータやアイデアを知らせあう事ができます。

1 学期の予定は、各自の修論テーマに沿った報告やブレーン・ストーミング、それと共通の話題で知見を広げる活動です。2 学期は、徐々に各自の修論作成に直接関係する活動の割合を増やします。夏休みと冬休みは、ゼミ全体での会合の予定はありません。

成績評価方法:

ゼミへの参加・貢献と、修士論文研究を対象に評価します。

マネジリアル・エコノミクス特殊講義 3 単位(1 学期)
SEMINAR IN MANAGERIAL ECONOMICS 3credits (Spring)
マネジリアル・エコノミクス演習 3 単位(2 学期)
RESEARCH SEMINAR IN MANAGERIAL ECONOMICS
3credits (Fall)

教授 林 高樹

授業科目の内容:

経営上の問題・課題に対して、統計的方法論を中心に定量的手法を活用して解決を図る。適宜テーマを選び輪読とディスカッションを行う。

授業の計画:

各教員の指導によります。

成績評価方法:

授業への積極性、貢献度、アウトプットの質により評価します。