



CHUO GRADUATE SCHOOL OF
STRATEGIC
MANAGEMENT

2022年度
講義要項

*Chuo
Graduate School of
Strategic Management*

中央大学ビジネススクール
MBAプログラム

目 次

授業科目・担当者一覧	• • • • • 1
講義要項	• • • • • 5
索引	
教員名 50 音順	• • • • 207

授業科目・担当者一覧

2022 年度入学生対象カリキュラム表掲載順

科目名	担当教員	頁
リーダーシップコア	露木 恵美子	5
ビジネスエコノミクス/現代社会の経済学【前期】	犬飼 知徳	8
ビジネスエコノミクス/現代社会の経済学【後期】	生稲 史彦	10
経営戦略論基礎/経営戦略論【前期】 【後期】	遠山 亮子	12
経営戦略論基礎/経営戦略論【前期】	生稲 史彦	14
マーケティング戦略論【前期】	松下 光司	16
マーケティング戦略論【後期】	中村 博	18
人的資源管理/人的資源管理論	佐藤 博樹	20
企業会計とファイナンスの基礎	石崎 篤史	22
経営法務概論	杉浦 宣彦、遠藤 輝好、岡 伸浩	25
ビジネスプランニング/アントレプレナーシップと ビジネスプランニング	新藤 晴臣	27
ビジネスモデル戦略論	新藤 晴臣	29
戦略と組織【前期】	犬飼 知徳	31
戦略と組織【後期】	露木 恵美子	33
知識創造戦略論	遠山 亮子	36
ICT ガバナンスと企業戦略	山本 秀男	38
消費者行動論	松下 光司	41
ブランド戦略論	大西 浩志	43
流通・営業戦略	中村 博	45
雇用管理【前期】	高橋 康二	48
雇用管理【後期】	高村 静	50
人材開発	高村 静	52
インセンティブ・マネジメント	佐藤 博樹	55
コーポレートファイナンスと企業戦略【前期】	鈴木 智大	57
コーポレートファイナンスと企業戦略【後期】	山内 浩嗣	59
財務報告論	石橋 善一郎	62
コンプライアンス・内部統制と法実務	杉浦 宣彦、森谷 博之、 吉田 知玄	66
金融市場と法	杉浦 宣彦	68
企業の社会的責任	本橋 潤子	70
ロジカルシンキング・デザインシンキング/デザイ ンシンキング	平田 智彦	73

特別講義（ビジネス・コミュニケーション）／ビジネス・コミュニケーション	愛場 吉子	75
特別講義（組織開発とチームビルディング）／組織開発とチームビルディング／チームビルディングとリーダーシップ	露木 恵美子、大野 宏、森尾 公仁子	78
特別講義（ビジネス交渉術）／ビジネス交渉術	吉田 武史、高田 昭英、松本 慶、Christoph Rademacher	80
コーチング	栗津 恭一郎	83
グローバル経営戦略論	犬飼 知徳	85
新興国ビジネス戦略	野間口 隆郎	87
アジアビジネス論	池部 亮	89
イノベーションの実践	生稲 史彦	91
技術開発マネジメント論	生稲 史彦	93
デジタル変革時代のサービス戦略	山本 秀男	96
プログラムマネジメント	山本 秀男	99
戦略とゲーム理論	松八重 泰輔	102
アライアンス戦略論	安田 洋史	104
アントレプレナーシップとベンチャービジネス/ベンチャービジネス論	新藤 晴臣	106
中小企業論	鹿住 倫世	108
ヘルスケアビジネス入門	真野 俊樹	110
高齢社会ビジネス	真野 俊樹	112
ヘルスケア産業論	真野 俊樹	114
Strategic Management and Global Leadership	木村 剛	116
カスタマー・リレーションシップ・マネジメント	中村 博	118
マーケティング・リサーチ	土田 尚弘	120
マーケティング・コミュニケーション	大西 浩志	123
ヘルスケアマーケティング	真野 俊樹	125
マーケティング特別研究（サービスマーケティング）	戸谷 圭子	127
マーケティング特別研究（B to Bマーケティング）	庭山 一郎	130
新製品マーケティング	中村 博	132
キャリア管理論	荻野 勝彦	134
ダイバーシティマネジメント	池田 心豪	136
人的資源特別研究（日本企業の人材マネジメント）／日本企業の人材マネジメント	海老原 嗣生	138

人的資源特別研究(管理職の役割と部下マネジメント)	石原 直子	140
人的資源特別研究(日本の労働法政策)	濱口 桂一郎	142
インベストメントと企業リスク管理	人見 健	144
リアルオプションと企業戦略	服部 徹	147
ビジネスのための金融工学	山内 浩嗣	150
ベンチャーファイナンス	海老澤 観	153
特別講義(医療サービスビジネス)/特別講義(ヘルスケア産業における企業・財務分析)/ファイナンス特別研究(ヘルスケア産業における企業・財務分析)	渡辺 英克	156
グローバル経営法務	吉田 愛	158
租税戦略・事業再生と法務	吉田 愛、泉 絢也、林 直美	160
知的財産戦略と法実務(経済法との交錯)/知的財産戦略と法実務	小坂 準記	162
対行政のビジネス法務	杉浦 宣彦、石野 耕也、小林 香、保井 俊之	164
労働関連法務	近藤 圭介	166
経営法務特別研究(M&Aと契約・デューデリジェンス)/M&Aと契約・デューデリジェンス	吉田 愛、阿部 克巳	168
経営法務特別研究(財務行政とその課題)	杉浦 宣彦、井上 浩	170
特別講義(金融行政とその課題)	杉浦 宣彦、若原 幸雄	173
特別講義(ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える)	杉浦 宣彦、山本 秀男、石井 夏生利、岩隈 道洋、小向 太郎	175
特別講義(ヘルスケアビジネス)/特別講義(ヘルスケア制度・行政論)	田極 春美、岩名 礼介	177
フィールドラーニング1(戦略1)/フィールドラーニング(戦略1)	遠山 亮子	180
フィールドラーニング1(戦略2)/フィールドラーニング(戦略2)	遠山 亮子	182
マーケティング特別研究(マーケティング研究法)/研究方法論基礎	松下 光司	184
社会調査法	大西 浩志	186
ケース研究法	犬飼 知徳	188
ビジネス・データ分析	土田 尚弘	191

プロジェクト研究Ⅰ	生稲 史彦、石島 博、石崎 篤史、 犬飼 知徳、大西 浩志、 佐藤 博樹、新藤 晴臣、 杉浦 宣彦、高村 静、 露木 恵美子、遠山 亮子、 中村 博、松下 光司、 真野 俊樹、山内 浩嗣、 山本 秀男、吉田 愛	194
プロジェクト研究Ⅱ	生稲 史彦、石島 博、石崎 篤史、 犬飼 知徳、大西 浩志、 佐藤 博樹、新藤 晴臣、 杉浦 宣彦、高村 静、 露木 恵美子、遠山 亮子、 中村 博、松下 光司、 真野 俊樹、山内 浩嗣、 山本 秀男、吉田 愛	195
論文	生稲 史彦、石島 博、石崎 篤史、 犬飼 知徳、大西 浩志、 佐藤 博樹、新藤 晴臣、 杉浦 宣彦、高村 静、 露木 恵美子、遠山 亮子、 中村 博、松下 光司、 真野 俊樹、山内 浩嗣、 山本 秀男、吉田 愛	196
課題研究	生稲 史彦、石島 博、石崎 篤史、 犬飼 知徳、大西 浩志、 佐藤 博樹、新藤 晴臣、 杉浦 宣彦、高村 静、 露木 恵美子、遠山 亮子、 中村 博、松下 光司、 真野 俊樹、山内 浩嗣、 山本 秀男、吉田 愛	197
経済学入門 (2021年度以前入学者のみ履修可能)	藤田 康範	198
経営学入門 (2021年度以前入学者のみ履修可能)	幸田 達郎	200
企業会計入門 (2021年度以前入学者のみ履修可能)	越智 信仁	202
現代法学入門 (2021年度以前入学者のみ履修可能)	遠藤 輝好、岡 伸浩	205

科 目 名	リーダーシップコア
担 当 者	露木 恵美子
履 修 条 件	キックオフ・セミナー、リフレクションセミナー①、②、③、ラップアップセミナーを受講すること
科目の目的 ・到達目標	<p><目的></p> <p>戦略経営リーダー（チェンジリーダー）の育成のための基礎科目であり、「リーダーシップ」について深く考え理解することを目的とする。アクション&リフレクションの一環として実施する。</p> <p>（１）組織行動論（リーダーシップの主要理論を含む）を学ぶ。</p> <p>（２）MBA で学ぶことの意味および戦略経営リーダー（チェンジリーダー）としての視点・言動を理解する。</p> <p>（３）人間および人間集団に対する理解を通して、リーダーシップ&フォロワーシップを涵養する。</p> <p><目標></p> <p>（１）戦略経営リーダー、チェンジ・リーダーとは何か？自分が目指すリーダーシップ像（イメージ）をつくる。</p> <p>（２）自らの強み・弱み、特徴を自覚し、戦略経営リーダーの7つの力のうち、何を伸ばし不足する力をどう補っていくのかを考える。</p> <p>（３）2年間で何を学ぶか、どう学ぶか、職場でどう実践するかを考え、具体的なアクションプランを作成する。</p>
概 要	多様性と変化の時代において、戦略を策定するだけではなく、戦略を実行できる組織の在り方が模索されている。本授業では、リーダーシップを組織現象としてとらえ、戦略を組織全体に浸透させ、実行に移すためのリーダーならびにリーダーシップについて、それぞれの個人が考え、それぞれの立場で実践するためのイメージを描き、具体的なアクションプランを作成する。
授 業 計 画	<p>第1回：イントロダクション：戦略経営、チェンジ・リーダーとは何か？自分のキャリアの棚卸</p> <p>第2回：パーソナリティ・価値観・感情に関する理論</p> <p>第3回：ワークモチベーションに関する理論</p> <p>第4回：ワークモチベーション（仕事に対してのヤル気）についての考察</p> <p>第5回：リーダーシップとは何か？リーダーシップに関する理論</p> <p>第6回：現時点のリーダー像（現時点）について自分の意見をまとめる</p> <p>第7回：CBS 出身のリーダーたちの講演</p> <p>第8回：CBS 出身のリーダーたちを交えてのディスカッション</p> <p>第9回：チームとコミュニケーション：チームビルディングに必要な要素を考える</p> <p>第10回：職場におけるコミュニケーションの要諦を探る</p> <p>第11回：コンフリクトとパワー：意思決定、コンフリクトとその解決法を考える</p> <p>第12回：コンフリクトとパワー：役割としてのリーダーと実際のリーダーシップ</p> <p>第13回：チェンジ・リーダーとしての自己像のイメージづくり</p> <p>第14回：チェンジ・リーダーとしての自己像の共有</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 30% ■授業内での挙手発言 10% ■グループワーク 20% ■最終レポート 40% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 評価基準 （1）授業内での挙手発言＋グループワーク：30% 授業への貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、グループワークへの参加、ミニットペーパー等の提出）を基準とする。 （2）ミニレポート 30% 各回のテーマについての理解・考察・内省の度合いを基準とする。 （3）最終レポート 40% 最終課題の完成度、全体を通した授業の理解度を基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<p>参考文献一覧：</p> <p>使用テキスト：スティーブン・P・ロビンス（高木晴夫訳）『新版組織行動のマネジメント』（2009）ダイヤモンド社</p> <p>* 課題文献：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ジェームス・C・コリンズ（山岡洋一訳）『ビジョナリーカンパニー②飛躍の法則』（2001）日経 BP 社 ・ロブ ゴーフィー，ガレス ジョーンズ他（2017）『なぜ、あなたがリーダーなのか[新版]—本物は「自分らしさ」を武器にする』英治出版 ・エイミー・C. エドモンドソン（2014）『チームが機能するとはどういうことか』英治出版 <p>* 課題ビデオ：</p> <p>『12人の怒れる男』ヘンリー・フォンダ主演の作品</p> <p>* 参考文献（MBA を修了するまでに読破されることをお勧めします）：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H. ミンツバーグ（2006）『MBA が会社を滅ぼす』日経 BP マーケティング 金井壽宏（2005）『リーダーシップ入門』日経文庫

	<p>中原淳・金井壽宏 (2009) 『リフレクティブ・マネジャー』 光文社文庫 ロバート・キーガン他 (2013) 『なぜ人と組織は変わらないのか』 英治出版 ロバート・キーガン他 (2017) 『なぜ弱さを見せあえる組織が強いのか』 英治出版 ビル・トルバート他 (2016) 『行動探求』 英治出版</p>
<p>特 記 事 項</p>	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の前日までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示する。 <p>準備学習について【重要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テキスト・参考文献は事前に読んでくること。 ・毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеに必ず目を通した上で出席すること。 ・授業の最後に提示する課題の必ず取り組むこと。

科 目 名	ビジネスエコノミクス/現代社会の経済学【前期】
担 当 者	犬飼 知徳
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的) 企業とその行動を、経済学の論理(ディスプリン)に則って理解するために、基礎的な概念と理論を理解する。</p> <p>(到達目標) 現実の企業行動(競争優位の構築、アライアンスとアウトソーシング、雇用制度、多角化、など)を、経済学的な論理に則って理解する。さらに、経済学的な思考によって、企業行動の妥当性を評価し、より良い戦略を提案する知識と思考力を身につける。</p>
概 要	<p>企業の制度や経営戦略を経済学的に理解するために、経済学の基本的な概念と論理(取引費用の経済学、情報の経済学、ゲーム理論など)の概要を説明する。また、産業構造や景気変動を理解するための概念も紹介する。</p> <p>講義では、教員による説明に加え、事例などを交えて説明する。説明とグループワーク、ディスカッションなどを通じ、経済学の概念や論理を実際の企業行動と結びつけながら理解していく。</p> <p>なお、講義の理論的背景には経済学があるが、数理的なモデルは用いない。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 市場メカニズム、コーディネーション 第2回 <ディスカッション>市場メカニズムが不全になる局面 第3回 情報とインセンティブ 第4回 <ディスカッション>社内の情報の流れ 第5回 エージェンシー理論、逆淘汰、モラルハザード 第6回 <ディスカッション>社外との契約 第7回 内部労働市場、報酬とキャリア 第8回 <ディスカッション>社内の人材育成 第9回 ゲーム論的思考 第10回 <ケース・ディスカッション>寡占市場での競争戦略 第11回 企業の境界 第12回 <ディスカッション>企業の境界を変えるとき、M&A 第13回 マクロ経済、景気変動、産業構造 第14回 <ディスカッション>マクロ景気動向を読み解き、競争環境を考える</p> <p>※講義内容は、受講人数、講義の進捗に応じて変わる可能性があります。</p> <p><アクティブ・ラーニング要素> <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>グループワーク、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL(課題解決型学習)、<input type="checkbox"/>反転授業(教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式)、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他()、<input type="checkbox"/>実施していない</p>

	<p>< (ICT を活用した) 双方型授業の実施 ></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 平日夜間オンライン授業 : ZOOM</p> <p><input type="checkbox"/> 土日対面授業実施</p>
成績評価の基準と方法	<p><input type="checkbox"/> 課題レポート 20%</p> <p>評価基準: 経済学的な手法と思考法を用い、妥当な分析結果を導いているかを基準とする。</p> <p><input type="checkbox"/> グループワーク 10%</p> <p>評価基準: 他の学生と協調して学ぶ態度と、ディスカッションへの参加・貢献度を評価する。</p> <p><input type="checkbox"/> 最終レポート 70%</p> <p>評価基準: 企業行動に関する経済学的な考察の度合い、また独自の視点があるかを基準とする。</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>< 課題 (中間試験やレポート等) に対するフィードバックの方法 ></p> <p>■ 授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキストは指定せず、適宜、参考文献を紹介する</p> <p>< 参考文献 ></p> <p>青木昌彦・伊丹敬之(1985)『企業の経済学』岩波書店。 武石彰(2021)『経営学入門』岩波書店。 ポール・ミルグロム, ジョン・ロバーツ (1997)『組織の経済学』NTT 出版。 ベサンコ, D,他, (2002)『戦略の経済学』ダイヤモンド社 伊藤秀史(2012)『ひたすら読むエコノミクス』有斐閣。 ネイルバフ, ブランデンバーガー (1997)『コーペティション経営』、嶋津祐一・東田啓作訳、日本経済新聞社。 ダウマ, スクルーダー (2007)『組織の経済学入門 [第 3 版]』、丹沢安治・岡田和秀・渡部直樹・菊澤研宗・久保知一・石川伊吹・北島啓嗣訳、文真堂。</p>
特記事項	<p>< 教材配布の方法について ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する ・ 履修確定後は、「教材配布」で配布する ・ 授業 3 日前までにアップロードする <p>< 課題・宿題の課題テーマの提示について ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 課題を講義中に発表してもらうことがあるので、必ず C plus を通して提出すること。その場合、締め切り 1 週間前までには課題テーマを提示することとする ・ 講義でケース分析を行う際には 1 週間前にはケースを配布するので、必ず事前に読んでおくこと <p>< 準備学習について ></p> <p>毎回の講義前に C plus に掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること</p> <p>講義中に提示する課題を必ず取り組むこと</p>

科目名	ビジネスエコノミクス/現代社会の経済学【後期】
担当者	生稲 史彦
履修条件	特になし
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的) 企業とその行動を、経済学の論理(ディスプリン)に則って理解するために、基礎的な概念と理論を理解する。</p> <p>(到達目標) 現実の企業行動(競争優位の構築、アライアンスとアウトソーシング、雇用制度、多角化、など)を、経済学的な論理に則って理解する。さらに、経済学的な思考によって、企業行動の妥当性を評価し、より良い戦略を提案する知識と思考力を身につける。</p>
概要	<p>企業の制度や経営戦略を経済学的に理解するために、経済学の基本的な概念と論理(取引費用の経済学、情報の経済学、ゲーム理論など)の概要を説明する。また、産業構造や景気変動を理解するための概念も紹介する。</p> <p>講義では、教員による説明に加え、事例などを交えて説明する。説明とグループワーク、ディスカッションなどを通じ、経済学の概念や論理を実際の企業行動と結びつけながら理解していく。</p> <p>なお、講義の理論的背景には経済学があるが、数理的なモデルは用いない。</p>
授業計画	<p>第1回 市場メカニズム、コーディネーション 第2回 <ディスカッション>市場メカニズムが不全になる局面 第3回 情報とインセンティブ 第4回 <ディスカッション>社内の情報の流れ 第5回 エージェンシー理論、逆淘汰、モラルハザード 第6回 <ディスカッション>社外との契約 第7回 内部労働市場、報酬とキャリア 第8回 <ディスカッション>社内の人材育成 第9回 ゲーム論的思考 第10回 <ケース・ディスカッション>寡占市場での競争戦略 第11回 企業の境界 第12回 <ディスカッション>企業の境界を変えるとき、M&A 第13回 マクロ経済、景気変動、産業構造 第14回 <ディスカッション>マクロ景気動向を読み解き、競争環境を考える</p> <p>※講義内容は、受講人数、講義の進捗に応じて変わる可能性があります。</p> <p><アクティブ・ラーニング要素> <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>グループワーク、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL(課題解決型学習)、<input type="checkbox"/>反転授業(教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式)、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他()、<input type="checkbox"/>実施していない</p>

	<p>< (ICT を活用した) 双方型授業の実施 ></p> <p>□平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>☑土日対面授業実施</p>
成績評価の基準と方法	<p>□課題レポート 20%</p> <p>評価基準： 経済学的な手法と思考法を用い、妥当な分析結果を導いているかを基準とする。</p> <p>□グループワーク 10%</p> <p>評価基準： 他の学生と協調して学ぶ態度と、ディスカッションへの参加・貢献度を評価する。</p> <p>□最終レポート 70%</p> <p>評価基準： 企業行動に関する経済学的な考察の度合い、また独自の視点があるかを基準とする。</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>< 課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ></p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキストは指定せず、適宜、参考文献を紹介する</p> <p>< 参考文献 ></p> <p>青木昌彦・伊丹敬之(1985)『企業の経済学』岩波書店。 武石彰(2021)『経営学入門』岩波書店。 ポール・ミルグロム, ジョン・ロバーツ (1997)『組織の経済学』NTT 出版。 ベサンコ,D,他、(2002)『戦略の経済学』ダイヤモンド社 伊藤秀史(2012)『ひたすら読むエコノミクス』有斐閣。 ネイルバフ, ブランデンバーガー (1997) 『コーペティション経営』、嶋津祐一・東田啓作訳、日本経済新聞社。 ダウマ,スクルーダー (2007)『組織の経済学入門 [第 3 版]』、丹沢安治・岡田和秀・渡部直樹・菊澤研宗・久保知一・石川伊吹・北島啓嗣訳、文真堂。</p>
特記事項	<p>< 教材配布の方法について ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する ・履修確定後は、「教材配布」で配布する ・授業 3 日前までにアップロードする <p>< 課題・宿題の課題テーマの提示について ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題を講義中に発表してもらうことがあるので、必ず C plus を通して提出すること。その場合、締め切り 1 週間前までには課題テーマを提示することとする ・講義でケース分析を行う際には 1 週間前にはケースを配布するので、必ず事前に読んでおくこと <p>< 準備学習について ></p> <p>毎回の講義前に C plus に掲載するレジюмеに必ず目を通した上で出席すること</p> <p>講義中に提示する課題を必ず取り組むこと</p>

科目名	経営戦略論基礎/経営戦略論【前期】【後期】
担当者	遠山 亮子
履修条件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：経営戦略の基礎理論と実践の方法論を学び、経営学を学ぶ基礎とすることを目的とする。 到達目標：経営戦略全般について実践の中で理解し、講義で学んだ理論やフレームワークを戦略の策定や実践に活かせるようになること
概要	経営学の基礎となる経営戦略について、全社戦略、事業戦略、技術戦略、グローバル戦略など様々な側面からその基礎理論と方法論について論じるものである。講義においては様々な企業の戦略策定と実行に関するケースを使用し、ディスカッションを行うことにより、理論を実践する力を身につける。
授業計画	<p>第1回 序説：戦略とは何か 第2回 SWOT分析、ポジショニングアプローチとRBV 第3回 課題発表1（SWOT分析） 第4回 競争戦略：競争優位、ポジション別の戦略 第5回 ケース・マブチモーター、コアコンピタンスとコアレジディティ 第6回 業界構造分析：ポーターの5要因、価値相関図 第7回 ゲストスピーカー講演※ 第8回 ゲストスピーカーとの意見交換 第9回 課題発表2（業界構造分析） 第10回 ケース・アスクル、ビジネスモデル戦略と顧客価値創造 第11回 技術戦略：価値創造と価値獲得、イノベーションのジレンマ、製品アーキテクチャ 第12回 グローバル戦略：グローバル化の促進要因、グローバル企業の戦略と組織 第13回 全社戦略：垂直統合・多角化と企業ドメイン 第14回 戦略と組織、まとめ</p> <p>※企業の経営者・経営幹部による講演。当該企業の戦略、現在の経営課題、企業経営にあたってこれまで発揮したリーダーシップなどについて講演する。詳細はプレ講義にて発表する。また、ゲストスピーカーの講義日程は変更されることがある。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・(ICTを活用した) 双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法 ■課題レポート 20%</p>

	<p>■授業内での挙手発言 10%</p> <p>■最終レポート 70%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p><評価基準></p> <p>最終レポート (70%) : 講義で学んだ理論やフレームワークが正しく使用され、対象企業の戦略が分析されているか。分析に深みと具体性はあるか。分析から戦略の提言に至っているか。用語は正しく用いられているか。</p> <p>課題レポート (10%×2回) : SWOT と業界構造分析について、フレームワークを正しく用いて分析できているか。分析に深みと具体性はあるか。用語は正しく用いられているか。</p> <p>授業内での挙手発言 : 講義での発言や質問がクラス全体の学びに繋がった回数とその度合い。</p> <p>・課題に対するフィードバックの方法</p> <p>2回の講義課題については、講義中に数名の課題を取り上げ、講評・解説する。講義中に取り上げなかった受講者の課題については講義後に個別にフィードバックを返す。</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト : 『わかりやすいマーケティング戦略 新版』沼上幹 (有斐閣アルマ、2008年)</p> <p>参考文献 : 参考文献は講義において示す。</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」と「教材配布」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講義課題締め切り1週間前までには課題テーマを提示することとする。講義でケース分析を行う際には1週間前にはケースを配布する。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題を講義中に発表してもらうことがあるので、必ずC plusを通して提出すること。 ・配布されたケースは必ず事前に読んでくること。 ・毎回授業前にC plusにレジュメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。また、授業の最後に課題が提示された場合は必ず取り組むこと。

科目名	経営戦略論基礎/経営戦略論【前期】
担当者	生稲 史彦
履修条件	特になし。
科目の目的・到達目標	<p>(科目の目的) 経営戦略とはなにかを理解し、実際の経営戦略を読み解く力を養う。</p> <p>(到達目標) 戦略を中心に、企業経営を語るための言葉(概念)を身につけ、経営戦略とはなにかを理解することを目指す。その上で、経営戦略論で蓄積されてきたツールとその論理を説明し、現実に適用する力を付けることを目指す。 これらの知識と分析能力を身につけることで、企業の経営戦略を理解して、その背後にある論理をよみとけるようになる。さらに、より良い経営戦略を提案する力を身につける。</p>
概要	<p>現代の企業は変化に対応しつつ、経営体としての管理を行い、組織を運営してことが必要である。こうした企業の経営において、経営戦略は重要な役割を果たす。本講義では、経営戦略について、全社戦略、事業戦略など、様々な側面からその基礎理論と方法論について論じる。</p> <p>講義では、様々な企業の戦略策定と実行に関する事例を交えて紹介し、グループワークとディスカッションを行う。こうした講義と実習を通じて、理論を実践する力を身につける。なお、理論を実践と結びつけるに当たっては、現代企業にとって重要な経営課題(創造性、企業、革新、電子商取引、知識管理など)も適宜議論の対象になる予定である。</p>
授業計画	<p>第1回 経営戦略とはなにか 第2回 <グループワーク> 業界構造の分析 第3回 競争戦略、競争優位の構築 第4回 <グループワーク> 競争優位の分析 第5回 <ゲストスピーカー> 現代の経営課題への対応とリーダーシップ 第6回 <ゲストスピーカーとの意見交換> 第7回 内部要因と外部要因の結合 第8回 <グループワーク> 経営資源と外部環境の適合 第9回 全社戦略、多角化 第10回 <グループワーク> 自社の事業展開 第11回 垂直統合、グローバル化 第12回 <グループワーク> 多角化企業の資源配分 第13回 戦略と組織 第14回 <グループワーク> 変化への対応と管理</p> <p>※ゲストスピーカーは経営者・経営幹部による戦略の実践についての特別講義である。 なお、ゲストスピーカーの講義日程を含む講義予定は、進捗などに応じて変更されることがあります。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>グループワーク、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL(課題解決型学習)、<input type="checkbox"/>反転授業(教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習)</p>

	<p>を入れ替えた学習形式)、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他 ()、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <p>・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 <input type="checkbox"/>土日対面授業実施</p>
成績評価の 基準と方法	<p>レポート、およびディスカッションでの発言頻度、内容による。</p> <p><input type="checkbox"/>課題レポート 20% 評価基準: 経営戦略を立案する方法論を実践し、妥当な分析結果を導いているか</p> <p><input type="checkbox"/>グループワーク 10% 評価基準: 発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等のクラスへの貢献の有無</p> <p><input type="checkbox"/>最終レポート 70% 評価基準: 経営戦略の基本的な概念を理解しているか、経営戦略を深く考察しているか、考察に独自の視点があるか</p> <p>合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・課題(中間試験やレポート等)に対するフィードバックの方法 <input checked="" type="checkbox"/>授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト: 網倉久永, 新宅純二郎(2011)『マネジメント・テキスト 経営戦略入門』日本経済新聞出版社 沼上幹(2008)『わかりやすいマーケティング戦略』有斐閣アルマ.</p> <p>参考文献: 榊原清則 (2002)『経営学入門 (上) (下)』日経文庫.</p> <p>その他の参考文献は、随時、講義中に提示する。</p>
特記事項	<p><教材配布の方法について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する ・履修確定後は、「教材配布」で配布する ・授業3日前までにアップロードする <p><課題・宿題の課題テーマの提示について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題を講義中に発表してもらうことがあるので、必ず C plus を通して提出すること。その場合、締め切り1週間前までには課題テーマを提示することとする ・講義でケース分析を行う際には1週間前にはケースを配布するので、必ず事前に読んでおくこと <p><準備学習について></p> <p>毎回の講義前に C plus に掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること 講義中に提示する課題を必ず取り組むこと</p>

科目名	マーケティング戦略論【前期】
担当者	松下 光司
履修条件	特になし。
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的：マーケティング戦略論における基本的な理論枠組みを理解し、戦略立案の能力を身につけることを目的とする。</p> <p>到達目標：マーケティング論における基本枠組みを用いて様々なマーケティング現象を分析し、その分析に基づき適切なマーケティング戦略を策定することができる基礎的能力を養成することを目的とする。</p>
概要	<p>マーケティング戦略策定の全体像を理解し、適切な戦略立案を可能とする基礎的能力を身につけることを目的とする。授業では、マーケティング・マネジメント・プロセス、市場環境・競争環境の分析、マーケット・セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング、4Pを中心としたマーケティング・ミックスなどのテーマが中心に検討される。授業は、講義の形式ばかりでなく、グループによるディスカッションや発表を行い、より実践的な力を養成する。</p>
授業計画	<p>第1回 イン트로ダクション 第2回 市場・競争環境の分析 第3回 セグメンテーションとターゲティング 第4回 ケース討議(1)：顧客志向とは何か？ 第5回 ポジショニング 第6回 ケース討議(2)：サービス財のポジショニング 第7回 市場環境の分析とマーケティング戦略の策定 第8回 セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニングに関する演習 第9回 マーケティング・ミックスの策定 第10回 ケース討議(3)：ネット・プロモーション政策 第11回 ブランド戦略 第12回 ケース討議(4)：マルチ・ブランド政策 第13回 グローバル・マーケティング戦略 第14回 ケース討議(5)：中国市場におけるマーケティング</p> <p><アクティブ・ラーニング要素> ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL(課題解決型学習)、□反転授業(教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式)、□ディベート、□その他(実務家との意見交換)、□実施していない</p> <p>・(ICTを活用した)双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他()</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法 ■課題レポート 50% ■授業内での挙手発言 30%</p>

	<p>■プレゼンテーション 20%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題レポート：50% (10%×5=50%) 評価基準：理論枠組みの活用の適切さ、議論の論理展開の適切さ ・演習プレゼンテーション：20% 評価基準：理論枠組みの活用の適切さ、説得性 ・授業への参加・貢献度：30% 評価基準：発言の回数や内容の適切さ、他の学生と協調して学ぶ態度 <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>授業時間に限らず、個別にフィードバックを行う</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：『コトラー&ケラーのマーケティング・マネジメント 基本編(第3版)』コトラー&ケラー著、恩蔵直人監修、月谷真紀訳（丸善出版、2014年）</p> <p>参考文献：別途指示する。</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、C-Plusの「教材配布」で配布する。 <p>予習について</p> <p>ディスカッション課題の提出について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ディスカッション課題は、授業日前日までにポータルに提出すること。 ・予習・復習等の準備学習について <p>毎回授業前にC plusに掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。</p> <p>提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	マーケティング戦略論【後期】
担 当 者	中村 博
履 修 条 件	特になし。
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的：マーケティング戦略論における基本的な理論枠組みを理解し、マーケティング計画の立案能力を身につけることを目的とする。</p> <p>到達目標：マーケティング論における基本枠組みを用いて様々なマーケティング現象を分析し、その分析に基づき適切なマーケティング戦略を策定することができる基礎的能力を養成することを目標とする。</p>
概 要	<p>マーケティング戦略策定の全体像を理解し、適切な戦略立案を可能とする基礎的能力を身につけることを目的とする。授業では、マーケティング・マネジメント・プロセス、市場環境・競争環境の分析、マーケット・セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング、4Pを中心としたマーケティング・ミックスなどのテーマが中心に検討される。授業は、講義の形式ばかりでなく、グループによるディスカッションや発表を行い、より実践的な力を養成する。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 マーケティング・プロセスの全体像論の概略 第2回 マーケティングの基礎概念：市場細分化、ターゲティング、ポジショニング 第3回 マーケティング戦略のケーススタディ・カゴメのケース - 第4回 市場・競争環境の分析：市場の定義、競合分析、機会・脅威分析など。 第5回 新製品開発プロセス、ニーズ分析 第6回 商品コンセプト開発、ポジショニング戦略 第7回 マーケティング・コミュニケーション戦略 第8回 カスタマー・リレーションシップ・マネジメント 第9回 流通チャネル戦略 第10回 消費者の購買行動 第11回 価格戦略：価格理論（参照価格など）、価格決定の実務。 第12回 価格戦略：需要予測、価格弾力性などの演習 第13回 最終課題発表（グループワークの報告） 第14回 講義のまとめ</p> <p><教員の実務経験の本授業への反映> 1981年～1996年まで公益財団法人流通経済研究所において、マーケティングのコンサルティング業務に携わり、新製品マーケティングのサポートを行った。これらの経験を活かして、商品開発・市場導入の授業を行う。メーカーおよび小売業とアジアショッパーインサイト研究会を主宰しており、実証実験の内容は授業で紹介される。</p> <p><アクティブ・ラーニング要素> ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（実務家との意見交換）、□実施していない</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 □課題レポート 30% 3 回程度の課題を Word で作成 □授業内での挙手発言 10% □グループワーク 10% □プレゼンテーション 20% 最終課題のグループワークによるプレゼンテーション □最終レポート 30% 最終プレゼンテーションを踏まえて個人のレポートを Word で作成 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：『コトラー&ケラーのマーケティング・マネジメント』第 12 版 (2014)、Philip Kotler (著)、Kevin Lane Keller (著)、ピアソン・エデュケーション</p> <p>その他教材：随時授業時に配布</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、C-Plus の「教材配布」で配布する。 <p>予習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テキストの指定箇所を熟読したうえで、講義に出席すること。 <p>課題レポートの提出について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ケース討議の課題は、授業日前日までにポータルに提出すること。 <p>プレゼンテーションについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・グループワークをしながら準備し、グループで報告すること。 ・予習・復習等の準備学習について <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	人的資源管理/人的資源管理論
担 当 者	佐藤 博樹
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<p><科目の目的>企業経営における人的資源管理が担うべき基本的な経営機能に関して、基礎的な考え方や概念を含めて学ぶ。</p> <p><到達目標>企業経営における人的資源管理の機能を理解し、人的資源管理の個別分野の現状や課題を議論する視点を学ぶ。論文等を批判的に検討する視点を得るとともに、論文やプロジェクト研究で自ら取り上げるべきテーマについてのヒントを得る。</p>
概 要	人的資源管理の雇用管理や報酬管理など従来から論じられてきた個別分野に加え、労使関係も取り上げる。労働法や労働経済学など周辺領域も含めた理論を学ぶとともに、事例についてのディスカッションを通じて理解を深める。
授 業 計 画	<p>講義はテキスト（佐藤・藤村・八代『新しい人事労務管理（第6版）』（有斐閣,2019））を使用して行う。</p> <p>第1回 インTRODクシヨン、企業経営における人的資源管理の役割</p> <p>第2回 雇用管理の歴史（テキスト第10章の1）、戦略的人的資源管理（テキスト第10章の3）、人事管理の担い手としての管理職（テキスト終章の5）</p> <p>第3回 雇用管理（テキスト第2章）</p> <p>第4回 転勤と勤務地限定制度（テキスト column①）</p> <p>第5回 職能資格制度と職務等級制度（テキスト第3章）</p> <p>第6回 雇用制度の国際比較（テキスト第10章2）、ジョブ型雇用とメンバーシップ型雇用（column②）、就社と就職（テキスト終章1）</p> <p>第7回 賃金管理（テキスト第4章）</p> <p>第8回 給与明細（テキスト column③）</p> <p>第9回 労働時間と勤務場所の管理（テキスト第5章）</p> <p>第10回 働き方改革（テキスト column⑤）、副業（Column④）</p> <p>第11回 能力開発（テキスト第6章）、キャリア開発（テキスト終章2）、部下育成とハラスメント（Column⑥）</p> <p>第12回 非正規従業員と派遣労働者（テキスト第7章）、個人請負（テキスト column⑦）</p> <p>第13回 従業員の生活支援（テキスト第8章）、健康経営（テキスト column⑨）</p> <p>第14回 労使関係管理（テキスト第9章）、権利に関する理解（テキスト column⑨）、ブラック企業（テキスト終章4）</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p> <p>□平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>

成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 70% ■授業内での挙手発言 20% ■グループワーク 10% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題レポートの評価：文献として指定された論文についての理解度、レポートの構成力、独自の時点があるか、等を基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <p>□授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <ul style="list-style-type: none"> ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う <p>□その他（ ）</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト</p> <p>佐藤博樹・藤村博之・八代充史『新しい人事労務管理（第6版）』有斐閣、2019</p> <p>参考文献</p> <p>守島基博『人材マネジメント入門』日経文庫、2004年</p> <p>今野浩一郎・佐藤博樹『人事管理入門（第3版）』日本経済新聞出版、2010</p> <p>今野浩一郎『正社員消滅時代の人事改革』日本経済新聞出版社、2012年</p> <p>須田敏子『HRM マスターコースー人事スペシャリスト養成講座』慶應義塾大学出版会、2005</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 ・予習・復習等の準備学習について <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	企業会計とファイナンスの基礎
担 当 者	石崎 篤史
履 修 条 件	
科目の目的・到達目標	<p>科目目的：決算書（財務諸表）から企業の経営内容の理解・分析を行うために必要な会計・ファイナンスに関する基礎知識を習得すること。</p> <p>到達目標：現在および将来における企業経営の意思決定のあり方について、企業経営者あるいは外部のステークホルダーの視点からどうあるべきかを学ぶ。会計・ファイナンスの基本的な知識とそれに基づく判断基準を理解し、自分の力（頭）で活用できるようになること。</p>
概 要	<p>会計学・ファイナンスについてほとんど学習した経験がない人も含めて、初学者向けに分かり易くポイントを絞った講義を行う。会計やファイナンスの素養を深めることで企業経営に関する理解を深め、数値に基づいた経営の考え方を身につける。</p> <p>具体的には、企業会計に関しては、基礎となる財務会計と管理会計について基本的な考え方と知っておくべきポイントについてメリハリをつけて講義を行う。コーポレートファイナンスについては投資意思決定法および企業価値評価法の基礎的方法の理解を中心に講義を行う。本講義では、宿題、グループワーク、小テスト、期末レポートなどを通じて、講義で学んだことを実践していく。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 ガイダンス（講義の概要（企業経営における会計・ファイナンスの意義）、進め方、評価方法）</p> <p>第2回 財務会計(1)（財務会計の基礎）</p> <p>第3回 財務会計(2)（財務諸表の作成と公開）</p> <p>第4回 財務会計(3)（企業活動と財務会計）</p> <p>第5回 財務会計(4)（財務諸表による経営分析）</p> <p>第6回 財務会計(5)（ケーススタディ&ディスカッション）</p> <p>第7回 管理会計(1)（管理会計の基礎）</p> <p>第8回 管理会計(2)（損益分岐点分析と業績管理）</p> <p>第9回 管理会計(3)（原価管理のための原価計算の基本）</p> <p>第10回 管理会計(4)（短期的（戦術的）・長期的（戦略的）意思決定のための管理会計）</p> <p>第11回 管理会計(5)（ケーススタディ&ディスカッション）</p> <p>第12回 コーポレートファイナンス(1)（コーポレートファイナンスの基礎）</p> <p>第13回 コーポレートファイナンス(2)（投資、資金調達、配当に関する意思決定と企業価値評価）</p> <p>第14回 まとめ</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 1987年4月～2017年6月 （株）日本政策投資銀行に勤務。企業審査業務が長く、企業の経営・財務分析の豊富な経験あり。そのほか、5年間のシンクタンク勤務経験あり。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 □ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入</p>

	<p>れ替えた学習形式)、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他 ()、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 <p><input type="checkbox"/>平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <ul style="list-style-type: none"> ■土日対面授業実施 <p><input type="checkbox"/>クリッカー、<input type="checkbox"/>タブレット端末、<input type="checkbox"/>その他 ()</p>
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 15% ■授業内での挙手発言 15% ■グループワーク 10% ■小テスト 15% ■最終レポート 15% ■期末試験 30% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>【成績評価の基準】</p> <p>授業内での挙手発言 15%：授業への貢献度・受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）、ミニットペーパー等での講義に対するフィードバックを評価する。</p> <p>グループワーク・課題レポート 25%：独自の視点があるか、分析方法と結果解釈の妥当性、計算の正確性、結果に対する考察の深さや論理性、資料の書きぶり、プレゼンテーションのスキルなどを評価する。</p> <p>小テスト 15%：講義内容の理解度、計算の正確性などを評価する。</p> <p>最終レポート 15%：独自の視点があるか、講義で学んだことの活用度合いと妥当性、計算の正確性、考察の深さや論理性、レポートの書きぶり、などを評価する。</p> <p>期末試験 30%：最終的に全体の知識がバランス良く整理されているか、考え方は理解されているかを確認するための試験を行う。</p> <p>【課題に対するフィードバックの方法】</p> <p>希望者に対してはメール等で講評する。また、提出物ごとに数点を教員が選び、講義中に講評の時間を設ける。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：毎回レジュメを配布する。購入すべき図書は初回講義時に指示する。</p> <p>参考文献：カバーする範囲が多いため、以下に示す内容に加えて、各回の講義内容に対応する理解しやすい参考文献を提示する。テキスト同様に、初回講義時に指示する。</p> <p>K・G・パレプ/P・M・ヒーリー/V・L・バーナード（著）、斎藤静樹（訳）『企業分析入門（第2版）』、東京大学出版会、2001年、ISBN：978-4130421126、伊藤邦雄『企業価値経営』、日本経済新聞社、2021年、ISBN：978-4532135140、稲盛和夫『稲盛和夫の実学 経営と会計』、日経ビジネス人文庫、2000年、ISBN：978-4532190064、石野雄一『ざっくり分かるファイナンス』、光文社新書、2007年、ISBN：978-4334033972、近藤哲朗・沖山誠（著）、岩谷誠治（監修）『会計の地図』、ダイヤモンド社、2021年、ISBN：978-4478105573、西山茂『決算書&ファイナンスの教科書』、東洋経済新報社、2019年、ISBN：978-4492602287、桜井久勝・須田一幸『財務会計・入門（第14版）』、有斐閣アルマ、2021年、ISBN：978-4641221765、大津広一『会計力と戦略思考力 新版』、日経ビジネス人文庫、2013年、ISBN：978-</p>

	<p>4532197049、國貞克則『新版 財務3表一体理解法』、朝日新聞出版、2021年、ISBN：978-4022951120、千賀秀信『管理会計の基本』、日本実業出版社、2011年、ISBN：978-4534048455、松田千恵子『コーポレート・ファイナンス 実務の教科書』、日本実業出版社、2016年、ISBN：978-4534054500</p>
<p>特記事項</p>	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <p>講義ごとに締切1週間前までに課題（予習）を提示する。</p> <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前はC plusに掲載するレジюмеに必ず目を通した上で出席すること。 ・講義で出た課題については必ず取り組むこと。 ・その他の予習・復習等にかかわる準備学習は、講義での指示のとおり行うこと。 <ul style="list-style-type: none"> ・講義内容は、受講者のニーズや授業の進み方に応じて適宜変更する場合がある。 ・会計・ファイナンス初心者でも理解できる授業を心掛けるので、授業の中で登場する細かな知識よりも、なぜそうなるのか、その実務的意味は何なのかについて、常に頭を働かせながら意欲的に取り組んで欲しい(論理の流れを理解することが大事)。 ・毎回の講義内容を積み上げながら学んでいくので、できるだけ休まないこと。講義を休んだ場合は必ずVODで自習すること。

科 目 名	経営法務概論
担 当 者	杉浦 宣彦, 遠藤 輝好, 岡 伸浩
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：企業経営を行うにあたり知っておくべき法律の仕組みと法の使い方の基本を理解する。 到達目標：企業経営者に必要な法的リスクに対する感覚を身につけ、経営上発生する法律問題の対策の基本を会得する。
概 要	コンプライアンス・内部統制が重視されている現在の企業経営のなかで、法務の役割はかつての経営のサポート役ではなく、経営そのものと密着したものになっている。本講では、企業法務・経営法務の意義・その果たす機能、組織内での位置づけといった総論からスタートし、各論として、企業取引に係る法、コンプライアンス、ファイナンス、M&A、知的財産権など最近の企業法務で重要な法的課題について取り上げ、解説する。
授 業 計 画	<p>岡・遠藤・杉浦で数回ずつ講義を展開し、企業法務の最前線の状況について解説していただく予定である。（具体的な分担などについては初回講義にて説明予定。）</p> <p>第1回 企業経営法務総論（1）：経営法務の役割 第2回 企業経営法務総論（2）：経営法務の機能、組織 第3回 企業取引と法制度（1）：民法（契約・債権債務論）の基礎を学ぶ 第4回 企業取引と法制度（2）：商取引法の基礎を学ぶ 第5回 企業コンプライアンスを考える（1）：コンプライアンス理論の基本 第6回 企業コンプライアンスを考える（2）：企業コンプライアンスの実際 第7回 企業組織再編と法（1）：組織再編の背景と手法 第8回 企業組織再編と法（2）：組織再編手法（続き） 第9回 企業戦略とファイナンス法務（1）：企業ファイナンス手法と法 第10回 企業戦略とファイナンス法務（2）：実践例を中心に 第11回 知財戦略と法（1）：知財法制の基本 第12回 知財戦略と法（2）：経済法の企業への影響（独禁法を中心に） 第13回 経営と法務・弁護士の関係・役割を考える（1）：企業経営とのつながり 第14回 経営と法務・弁護士の関係・役割を考える（2）：企業内法務部の役割</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 杉浦は上場企業法務部・政府機関出身で、企業では法務・コンプライアンス部に所属、政府機関等では法務・立法担当しており、講義でも実務にそった内容を講義する。岡・遠藤は弁護士として多くの企業へのアドバイスをしており、また、ロースクールの教員でもあことから、実際のケースに対応した内容を講義を展開する予定。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>グループワーク、<input type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL（課題解決型学習）、<input type="checkbox"/>反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他（ ）、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <p>・(ICTを活用した) 双方型授業の実施 <input type="checkbox"/>平日夜間オンライン授業：ZOOM <input checked="" type="checkbox"/>土日対面授業実施</p>

	<p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>授業内での挙手発言 10%</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>その他（具体的にお書きください） 90%</p> <p>各担当者がそれぞれの担当回終了時にレポート課題を出す。また、担当する課題によっては宿題的にグループワーク＋プレゼンテーションをしてもらうこともあり、それぞれの評価を合算して総合評価を出す予定。</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>積極的な講義参加（発言や質問）も評価基準とするが、最終レポートで理解度がはっきりするので、レポート内容は相当重視する。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>□授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>必要に応じ、授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：毎回レジュメを配付予定。</p> <p>参考文献：参考文献については適宜紹介するが、特に法学部出身でない学生は、適宜『ビジネス常識としての法律』（第3版）（堀龍兒、淵邊善彦 著・日経文庫）等を参照してもらうと講義の内容を円滑に理解できる助けになるだろう。</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <p>・原則、C plus の「教材配布」で講義2－3日前までにアップする形で配布する予定だが、講義の内容によっては前日にアップされたり、当日机上配布することもある。</p> <p>・準備学習について</p> <p>初回のイントロ部分を除き、毎回講義前に C plus に掲載されるレジュメに必ず目を通して、出席すること。</p>

科目名	ビジネスプランニング/アントレプレナーシップとビジネスプランニング
担当者	新藤 晴臣
履修条件	「経営戦略論基礎」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的・到達目標	<p>目的：本講義では、創業・起業のプロセスや要素を論じる「アントレプレナーシップ」の基礎理論と、事業アイデアを具現化する手段である、ビジネスプランを作成することを目的とする。MBAの講義では、経営戦略、マーケティング、ファイナンス、アントレプレナーシップといった、多様な経営理論について専門的に学習するが、それらの理論を統合し、実践的に活用する機会は限られている。本講義では、事業アイデアをもとにビジネスプランを作成するプロセスを通じて、それらの理論を統合的かつ実践的に活用する方法を学ぶことを目的とする。</p> <p>目標：本講義は、以下の3点を到達目標とする。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.アントレプレナーシップの基礎理論を理解する。 2.ビジネスプランを作成することで、多様な経営理論を、統合的に理解する。 3.ビジネスプラン作成と発表を通じて、事業アイデアの実現可能性について、客観的に説明する方法を身につける。
概要	<p>上記目標を達成するため、本講義では、授業計画の前半でアントレプレナーシップの基礎理論を説明した後、その概念に基づきビジネスプランを作成する。各回の講義では、最初に用いる理論・フレームについて簡単に説明した後、チームの議論を通じ、それら理論・フレームをもとにビジネスプランのパーツを作成する。それらパーツについては終盤で統合し、矛盾がないか確認をした上で、最終回で発表を行う。</p>
授業計画	<p>第1回 アントレプレナーと経営チーム 第2回 アントレプレナーシップの理論フレーム 第3回 事業コンセプト構築 第4回 起業機会の説明／経営チームの組成 第5回 産業分析 第6回 産業分析・ミニ報告 第7回 競合分析 第8回 競合分析・ミニ報告 第9回 マーケティング戦略 第10回 損益シミュレーション（マイルストーン、損益ドライバー） 第11回 損益シミュレーション（シミュレーション作成、経営資源と調達方法） 第12回 まとめ(1)：整合性の確認 第13回 まとめ(2)：プレゼンテーション準備 第14回 ビジネスプラン発表</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□その他（ ）</p> <p>・(ICTを活用した)双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施</p>

	<p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■グループワーク 50%</p> <p>■参加者による相互評価 25%</p> <p>■プレゼンテーション 25%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・成績評価の基準</p> <p>・グループワーク：グループワークとは、各チームでビジネスプランを作成する際の、各自のグループへの貢献度を意味する。これについては、教員及び受講者によるピアレビューにより評価を行う。</p> <p>・プレゼンテーション：作成されたビジネスプランについて、最終回でプレゼンテーションを行い、その完成度に対して、教員及び受講者によるピアレビューにより評価を行う。詳細な評価基準としては、事業コンセプトの可能性、経営理論の適切な使用、ビジネスプランの一貫性、表現力により構成される。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>□授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：『アントレプレナーの戦略論』 新藤晴臣（中央経済社、2015年）</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <p>・テキスト以外の配布資料は、C plus で配布を行う。</p> <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <p>・各回のビジネスプラン作成の課題については、次回使用する理論・フレームとともに、講義の終わりに説明する。</p> <p>準備学習について</p> <p>・授業で提示する課題に必ず取り組むこと。</p> <p>・理論の詳細は講義で説明するが、テキストをある程度、事前に読んでおくことが望ましい。</p>

科 目 名	ビジネスモデル戦略論
担 当 者	新藤 晴臣
履 修 条 件	「経営戦略論基礎」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	目的：ビジネスモデルについて学び、自社のビジネスモデルを発展させたり、新たに構想したりする力を養うことを目的とする。 目標：ビジネスモデルとはなにかを理解し、自社と他社の戦略をビジネスモデルという視点で分析できるようになること。さらに、適切な分析を踏まえて、ビジネスモデルを発展させたり、構想できるようになること。
概 要	ビジネスモデルは、企業のドメインを具体化した包括的な事業の仕組であり、2000年前後のITビジネスの進展とともに発達した概念である。ビジネスモデルの要素としては、「顧客とのインターフェース」、「コア戦略」、「戦略的資源」、「価値のネットワーク」が挙げられる。これら要素からもわかる通り、ビジネスモデルは、マーケティング論、経営戦略論、経営資源論、ネットワーク論を組合わせた、複合的な概念といえる。 ビジネスモデルについては多くの研究者により論じられているが、本講義では、洗練されたフレームの1つである「ビジネスモデル・キャンバス」を用いて、既存企業の分析を行う。具体的には数人=1グループで、特定企業のビジネスモデルについて分析を行う。これら分析を基に、特定企業のビジネスモデルの課題を発見し、それを解決する新たなビジネスモデルの提案を含めた、プレゼンテーションを行うものとする。
授 業 計 画	第1回 ビジネスモデルとは何か 第2回 ビジネスモデル・キャンバスとは何か 第3回 対象企業とチームの決定 第4回 顧客に提供する価値 第5回 グループワーク1：価値提案、顧客との関係、チャネル、顧客セグメント 第6回 自社の活動と資源 第7回 グループワーク2：主要活動、リソース 第8回 ネットワークとアライアンス 第9回 グループワーク3：パートナー 第10回 収益とコスト 第11回 グループワーク4：収益の流れとコスト構造 第12回 グループワーク5：まとめ(1)：ビジネスモデルの課題と改善 第13回 グループワーク6：まとめ(2)：新たなビジネスモデルの提案 第14回 プレゼンテーション・まとめ ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・(ICTを活用した) 双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施

	<p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■グループワーク 50% ■参加者による相互評価 25% ■プレゼンテーション 25% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・成績評価の基準</p> <p>・グループワーク：グループワークとは、各グループでビジネスモデル・キャンバスを用いた分析を行う際の、各自のグループへの貢献を意味する。これについては、教員及び受講者によるピアレビューにより評価を行う。</p> <p>・プレゼンテーション：各グループのビジネスモデル・キャンバスについて、最終回でプレゼンテーションを行い、その完成度に対して、教員及び受講者によるピアレビューにより評価を行う。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <p>参考文献：『ビジネスモデル・ジェネレーション』 アレックス・オスターワルダーほか（翔泳社、2012年）</p> <p>その他の参考文献は、随時、講義中に提示する。</p>
特記事項	<p><教材配布の方法について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業3日前までにアップロードする。 <p><課題・宿題の課題テーマの提示について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題を講義中に発表してもらうことがあるので、必ずC plusを通して提出すること。 ・講義でケース分析を行う際には1週間前にはケースを配布するので、必ず事前に読んでくること。 <p><準備学習について></p> <p>毎回の講義前にC plusに掲載するレジユメに必ず目を通した上で出席すること。</p> <p>講義中提示する課題に必ず取り組むこと。</p>

科目名	戦略と組織【前期】
担当者	犬飼 知徳
履修条件	「経営戦略論基礎」を履修済み、もしくは履修中であることが望ましい。
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的：企業にとって、戦略と組織をどう設計し運営するのかが非常に重要な問題である。それは、言い換えれば、企業理念－戦略－組織－経営資源をいかに整合させるかという問題でもある。このような問題意識の下で、組織論の基礎を習得し、それを個別の事例研究にあてはめ応用できるようになることを目的とする。</p> <p>到達目標：理論で学んだことを、具体的な組織の事例に当てはめて考え、その成否の妥当性を検討し、さらに自社あるいは他社のケースについて問題点や課題を抽出・分析し、改善案を提示することを最終目標とする。</p>
概要	<p>本講義の中心テーマは、企業戦略と組織構造との相互作用である。企業は市場環境の変化に伴って戦略を変えていく。それは同時に、その企業戦略にあった組織構造に組織を再編成していく必然性が生じるということでもある。逆に、組織構造や事業プロセスが新たな戦略を創発することもある。戦略と組織が市場に適合しなければ、管理効率が低減し、企業業績に悪影響を与えるというのが、チャンドラーの命題「組織は戦略に従う」の含意であった。この命題は現代でも通用する普遍的な含意を含んでいるものの、必ずしも現代企業にとってはフィットしない点も出てきている。したがって、我々はチャンドラーの命題を念頭に置きつつ、21世紀の戦略と組織の関係性をこの講義で一緒に考えていく。</p>
授業計画	<p>第1回 インTRODクシヨン:組織と戦略のダイナミックインタラクシヨン</p> <p>第2回 エクササイズ:現実の組織構造と戦略のフィットを評価する</p> <p>第3回 組織設計の基本(1):分業の種類と設計</p> <p>第4回 エクササイズ:分業を実際に設計するには</p> <p>第5回 組織設計の基本(2):事前の調整としての標準化の設計と運用</p> <p>第6回 エクササイズ:標準化の実際</p> <p>第7回 組織設計の基本(3):事後の調整としてのヒエラルキーの設計と運用</p> <p>第8回 エクササイズ:ヒエラルキー型組織とフラット型組織の比較</p> <p>第9回 組織と戦略の相互作用(1):組織規模の拡大とそれに伴う問題</p> <p>第10回 エクササイズ:組織規模の拡大によって生じる組織的な変化とその対応</p> <p>第11回 組織と戦略の相互作用(2):創造的活動と既存事業の実践を両立する組織とは</p> <p>第12回 エクササイズ:「両利きの経営」の実践</p> <p>第13回 最終プレゼンテーション(1):チームごとのプレゼンテーション</p> <p>第14回 最終プレゼンテーション(2):リフレクシヨンとラップアップ</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>グループワーク、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL(課題解決型学習)、<input type="checkbox"/>反転授業(教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式)、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他()、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <p>・(ICTを活用した)双方型授業の実施</p> <p><input type="checkbox"/>平日夜間オンライン授業:ZOOM</p>

	<input checked="" type="checkbox"/> 土日対面授業実施 <input type="checkbox"/> クリッカー、 <input type="checkbox"/> タブレット端末、 <input type="checkbox"/> その他（ ） *授業計画は担当教員によって異なるため、詳細シラバスを初回講義で配布する。
成績評価の 基準と方法	・成績評価の方法 <input type="checkbox"/> 課題レポート 20% <input type="checkbox"/> グループワーク 35% <input type="checkbox"/> プレゼンテーション 25% <input type="checkbox"/> 最終レポート 20% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける <input type="checkbox"/> 授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：沼上幹（2004年）『組織デザイン』日経文庫 参考文献：A.D.チャンドラーjr.(2004)『組織は戦略に従う』ダイヤモンド社。 C.A.オライリー・M.L.タッシュマン（2019）『両利きの経営』東洋経済新報社。 三枝匡（2016）『ザ・会社改造』日本経済新聞出版社。 その他、使用文献やケースは、講義初回で指示する。
特記事項	(1) 教材配布の方法について ・授業時に配布するか「教材配布」で授業の5日前までに配布する。 (2) 課題のテーマ提示について ・授業ごとの課題については、締め切り1週間前までにはテーマを提示する。 (3) 予習、復習、グループ学習等にかかわる準備学習 ・参考文献に事前に目を通しておくことが望ましい。 ・授業の初回に提示したシラバスにて具体的に指示する。 ・授業毎に翌週のテーマとそれに沿った課題を提示するので、期日までに提出すること。 ・グループ学習を指示された場合は授業の前にグループ学習を行い、そこでの成果物は発表後に提出すること。

科 目 名	戦略と組織【後期】
担 当 者	露木 恵美子
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	<p><目的> 企業にとって、戦略と組織をどう設計し運営するのかが非常に重要な問題である。それは、言い換えれば、企業理念－戦略－組織－経営資源をいかに整合させるかという問題でもある。このような問題意識の下で、組織論の基礎を習得し、それを個別の事例研究にあてはめ応用できるようにすることを目的とする。</p> <p><目標>理論で学んだことを、具体的な組織の事例に当てはめて考え、その成否の妥当性を検討し、さらに自社あるいは他社のケースについて問題点や課題を抽出・分析し、改善案を提示することを最終目標とする。</p> <p>現代企業の喫緊の課題である組織変革についてもテーマとして扱う予定である。組織運営に関わる者は必修科目であると心得てほしい。</p>
概 要	<p>本講義の中心テーマは、企業戦略と組織構造との相互作用である。企業は市場環境の変化に伴って戦略を変えていく。それは同時に、その企業戦略にあった組織構造に組織を再編成していく必然性が生じるということでもある。逆に、組織構造や事業プロセスが新たな戦略を創発することもある。戦略と組織が市場に適合しなければ、管理効率が低減し、企業業績に悪影響を与えるというのが、チャンドラーの命題「組織は戦略に従う」の含意である。</p> <p>本授業では、組織論の歴史的系譜を踏まえた上で、事業部制からネットワークに至る組織論の変遷について考察する。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 イン트로ダクション 第2回 組織論の起源（1）：テーラーリズムとホーソン実験（人間関係学派） 第3回 組織論の起源（2）：日本における人間関係の特徴（タテ社会） 第4回 組織論の起源（3）：日本における人間関係の分析（タテ社会） 第5回 現代企業における組織デザイン（1）：分業と標準化 第6回 現代企業における組織デザイン（2）：ヒエラルキーと調整機能 第7回 「組織は戦略に従う」（1）：多角化戦略と事業部制 第8回 「組織は戦略に従う」（2）：4つのケーススタディ 第9回 事例研究（1）：組織の市場適応（ディスカッション） 第10回 事例研究（2）：組織の市場適応（分析） 第11回 事例研究（3）：最新の組織変革の事例（ディスカッション） 第12回 事例研究（4）：最新の組織変革の事例（分析） 第13回 事例の発表 第14回 事例の講評</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p>

	<p>・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法 ■課題レポート 30% ■グループワーク 20% ■最終レポート 50% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p><評価基準> 最終レポート 50% (1) ファイブスターモデルに従って分析できているか (5つの項目の関連性を含む) (2) 文章が首尾一貫性しているか、論理性があるか。 (3) 現状分析に説得力があるか (4) 新しい組織提案に合理性や説得力があるか</p> <p>グループワークおよびディスカッションでの貢献度 20% (1) グループワークに貢献しているか (2) 発言が受講生の学びに貢献しているか</p> <p>個人課題 30% (1) グループワークに資する資料になっているか (2) 要点を押さえた要約になっているか (3) 個人の意見が十分に反映されているか</p> <p>・課題 (レポート等) に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、メールやC plus でフィードバックを行う</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：『組織デザイン』 沼上幹 (2004年) 日経文庫 『組織は戦略に従う』アルフレッド D. チャンドラーJr. 有賀裕子訳 (2004年) ダイヤモンド社 『タテ社会の人間関係』、『タテ社会の力学』(いずれも中根千枝著) 『組織設計のマネジメント』ジェイ・R・ガルブレイス 梅津祐良訳 (2002年) 生産性出版</p> <p>その他、開講時に提示する。</p> <p>参考文献：『経営組織』金井壽宏 (1999年) 日経文庫 『組織の経営学』リチャード・L・ダフト (高木晴夫訳) (2002年) ダイヤモンド社</p>
特記事項	<p>(1) 教材配布の方法について ・授業時に配布するか「教材配布」で授業の前日までに配布する。</p> <p>(2) 課題のテーマ提示について</p>

	<ul style="list-style-type: none">・授業ごとの課題については、締め切り 1 週間前までにはテーマを提示する。 <p>(3) 予習、復習、グループ学習等にかかわる準備学習</p> <ul style="list-style-type: none">・参考文献に事前に目を通しておくことが望ましい。・授業の初回に提示したシラバスにて具体的に指示する。・授業毎に翌週のテーマとそれに沿った課題を提示するので、期日までに提出すること。・グループ学習を指示された場合は授業の前にグループ学習を行い、そこでの成果物は発表後に提出すること。
--	---

科 目 名	知識創造戦略論
担 当 者	遠山 亮子
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：知識を創造し活用する組織プロセスについて理解する。 到達目標：知識創造理論について理解し、それを自らの実践に結び付けて考えられるようになること。
概 要	知識は現在「もっとも重要な経営資源」と考えられている。本講義では企業経営を知識という視点からとらえ、知識とは何か、その獲得、創造、蓄積、活用にはどのような組織と戦略とリーダーシップが必要かを論じ、新たな経営学の基礎理論と方法論を学ぶ。講義においては知識創造経営を行っている企業のケースを使用し、理論を理解したうえで、理論とフレームワークを応用して自ら知識創造を実践できる力を身につけることを目的とする。
授 業 計 画	<p>第1回 序説：知識とは何か</p> <p>第2回 暗黙知と形式知、SECIモデル</p> <p>第3回 知識創造のプロセス：共同化と表出化</p> <p>第4回 知識創造のプロセス：連結化と内面化</p> <p>第5回 組織的知識創造のモデル：ビジョン、駆動目標、場</p> <p>第6回 組織的知識創造のモデル：対話と実践、知識資産、知のエコシステム</p> <p>第7回 ケース・セブンーイレブン・ジャパン</p> <p>第8回 特別講義・セブンーイレブン・ジャパン</p> <p>第9回 ケース・エーザイ</p> <p>第10回 特別講義・エーザイ</p> <p>第11回 ケース・トヨタプリウス</p> <p>第12回 知識創造のリーダーシップ</p> <p>第13回 実践知のリーダーシップ</p> <p>第14回 公共セクターにおける知識創造</p> <p>※ケース・プリウスはグループで分析し、発表する。</p> <p>※特別講義は企業幹部による当該企業の知識創造プロセスについての講演である。日時は都合により変更になることがある。なお、特別講義はハイブリッド開講とする。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>

<p>成績評価の 基準と方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■授業内での挙手発言 20% ■グループワーク 10% ■最終レポート 70% 合計 100% <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p><評価基準></p> <p>課題レポート：講義で学んだフレームワークを正しく使用し、対象組織の知識創造プロセスが分析できているか。分析に深みはあるか。分析が何らかのアクションの提言に繋がっているか。用語は正しく用いられているか。</p> <p>授業内での挙手発言：講義での発言や質問がクラス全体の学びに繋がった回数とその度合い。</p> <p>グループワーク：講義で学んだフレームワークを正しく使用し、対象組織の知識創造プロセスが分析できているか。分析に深みはあるか。オリジナリティはあるか。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（グループでのケース分析等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト：『知識創造企業』野中郁次郎、竹内弘高（東洋経済新報社、1996年）</p> <p>参考文献：『流れを経営する』野中郁次郎・遠山亮子・平田透（東洋経済新報社、2010年）</p>
<p>特記事項</p>	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」と「教材配布」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・講義スライドは授業3日前までにアップロードする。 <p>課題について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・締め切り1週間前までには課題テーマを提示する。 ・ケースなど課題が提示された場合は必ず取り組むこと。 <p>予習・復習等の準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	ICT ガバナンスと企業戦略
担 当 者	山本 秀男
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：企業の中核人材が、情報通信技術（ICT）を活用し、戦略的に企業価値の向上やリスクマネジメントを実行するための基本を身につける。 到達目標：ICTガバナンス（情報通信技術を活用し付加価値を生み出す組織能力）を理解し、課題解決のための活用方法について事例を交えて論じることができ、フィンテック、インダストリー4.0、人工知能などの活用法に対しても議論できるようになること。
概 要	グローバルな競争環境下でビジネスを進めるためには、組織改革とICTの活用が不可欠である。本科目では、クラウドコンピューティング、ビッグデータ、IoT、AIなどの技術が経営へ与える影響を正しく理解し、ICTシステムを導入した組織の能力を最大限に発揮させるための課題の抽出と解決法を学ぶ。ICT投資の価値評価、プログラムマネジメント（企業価値向上を実現する非定常活動のマネジメント）、情報セキュリティ管理と経営戦略の関係の理解を深める。
授 業 計 画	<p>第1回 講義の概要説明、ICTガバナンスの考え方</p> <p>第2回 インターネットの仕組み・データ構造</p> <p>第3回 コンピュータの仕組、クラウドコンピューティング</p> <p>第4回 人工知能（AI）の発展、情報通信技術がビジネスに与える影響</p> <p>第5回 SCMの事例とインダストリー4.0</p> <p>第6回 B2Cビジネスモデルの特徴・ロングテール効果とは？</p> <p>第7回 CRMの発展、行動ターゲティング広告、IoTの効用とリスク</p> <p>第8回 情報セキュリティとBCMS</p> <p>第9回 情報通信システム投資の評価方法</p> <p>第10回 ICTを活用した企業価値創造、エンタープライズ・アーキテクチャ</p> <p>第11回 金融情報システムのリスクマネジメント ※対面開講</p> <p>第12回 フィンテックの動向と戦略的活用を考える ※対面開講</p> <p>第13回 バランススト・スコア・カード、価値創造プログラムのマネジメント</p> <p>第14回 CIO(Chief Information Officer)の役割、総括</p> <p>・教員の実務経験の本授業への反映</p> <p>1977年4月～2004年3月、日本電信電話公社およびNTTグループ企業において、研究開発、国際標準化活動、新規ビジネス立上げ、ICTシステム構築などを担当した。研究開発および現場運用の実務経験を活かし、本授業のテーマに対して企業経営の立場から講義を行う。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■プレゼンテーション、■ディスカッション、□グループワーク</p> <p>・(ICTを活用した) 双方型授業の実施</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p>

<p>成績評価の 基準と方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 成績評価の基準と方法 □課題レポート 40% □授業内での挙手発言 10% □参加者による相互評価 5% □プレゼンテーション 10% □最終レポート 30% □その他（ミニットペーパー、感想の記述内容） 5% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 ・ 課題レポート（用語の定義や理解が適切か、論理的な記述になっているか、独自の視点があるかを評価基準とする） ・ 授業内での挙手発言（質問の内容、質問に対する応答、意見表明、他の受講生と協調して学ぶ態度） ・ 参加者による相互評価 ・ プレゼンテーション（発表内容と態度、質問に対する応答） ・ 最終レポート ・ その他（ミニットペーパー、感想の記述内容） ・ 課題レポートに対するフィードバックの方法 メールまたは授業時間内に学生によるプレゼンテーションと解説の時間を設定する。
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト：なし。毎回の授業でレジユメを配付する。</p> <p>参考文献：</p> <p>Peter Weill and Jeanne W. Ross：『IT Governance』（Harvard Business School Press、2000）</p> <p>Ellen F. Monk and Bret J. Wagner：『Concepts in Enterprise Resource Planning』（Course Technology Ptr (Sd), 2005）</p> <p>宮川公男編『経営情報システム（第3版）』（中央経済社、2004年）</p> <p>宮川公男・上田泰編著『経営情報システム（第4版）』（中央経済社、2014年）</p> <p>国領二郎監修 NTT データ経営研究所執筆『IT ケイパビリティ』（日経 BP 社、2004年）</p> <p>エリック・ブリニョルフソン著『インタンジブルアセット』（ダイヤモンド社、2004年）</p> <p>ニコラス・G・カー『IT 投資にお金を使うのは、もうおやめなさい』（ランダムハウス講談社、2005年）</p> <p>松島桂樹編著『IT 投資マネジメントの発展』（白桃書房、2007年）</p> <p>IBM ビジネスコンサルティングサービス IT 戦略グループ『エンタープライズ・アーキテクチャ』（日経 BP 社、2003年）</p> <p>山下徹編著『高度 IT 人材育成への提言』（日本放送出版協会、2007年）</p> <p>根来龍之編著『CIO のための情報・経営戦略 - IT と経営の融合 -』（中央経済社、2010）</p> <p>S. Ohara and T. Asada: Edition “Japanese Project Management KPM-Innovation, Development and Improvement”, World Scientific Publishing, 2009</p> <p>トーマス・H・ダベンポート『分析力を駆使する企業－発展の五段階－』日経 BP 社 (2011)</p> <p>A Guide to the Project Management Body of Knowledge Sixth Edition (PMBOK® Guide) (2017)</p> <p>吉田邦夫・山本秀男編著『イノベーションを確実に遂行する 実践プログラムマネジメント』</p>

	<p>日刊工業新聞社 (2014)</p> <p>T.ダベンポート『データ・アナリティクス 3.0 ビッグデータ超先進企業の挑戦』日経 BP 社 (2014)</p> <p>トーマス・H・ダベンポート『AI時代の勝者と敗者』日経 BP 社 (2016)</p> <p>新井紀子・東中竜一郎『工知能プロジェクト「ロボットは東大に入れるか」：第三次 AI ブームの到達点と限界』東京大学出版会 (2018)</p> <p>企業 IT 動向調査 2015 (日本情報システムユーザ協会)</p> <p>企業 IT 動向調査 2016 (日本情報システムユーザ協会)</p> <p>企業 IT 動向調査 2017 (日本情報システムユーザ協会)</p> <p>企業 IT 動向調査 2018 (日本情報システムユーザ協会)</p> <p>企業 IT 動向調査 2019 (日本情報システムユーザ協会)</p> <p>平成 29 年度『情報通信白書』総務省編(2017)</p> <p>平成 30 年度『情報通信白書』総務省編(2018)</p> <p>令和元年度『情報通信白書』総務省編(2019)</p> <p>令和 2 年度『情報通信白書』総務省編(2020)</p> <p>令和 3 年版『情報通信白書』総務省編(2021)</p> <p>経済産業省「DX レポート」(2018)</p> <p>経済産業省「DX レポート 2 (中間とりまとめ)」(2020)、「追補版」(2021)</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の 3 日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について【重要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前に C plus にレジュメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。また、授業の最後に課題が提示された場合は必ず取り組むこと。

科 目 名	消費者行動論
担 当 者	松下 光司
履 修 条 件	マーケティング戦略論を履修済み、あるいは、履修中であること。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：消費者の購買意思決定プロセスに関する理論枠組みを、マーケティングの事例と関連付けながら理解すること。 到達目標：消費者の購買意思決定に関する理論枠組みを用いて、マーケティング現象を分析する能力を身につけること。
概 要	企業は自社製品の購買を実現するため、消費者の行動に働きかけるべくマーケティング活動を展開している。しかし、消費者は、それらの施策に対して思うように反応してくれるほど単純ではない。では、いったいどのような場合に、いかなるマーケティング・ミックスが有効となるのだろうか。当然のことながら、それを説明するには、消費者の行動や心理的プロセスについての理解が不可欠である。もっと広く言うなら、マーケティング戦略の成否を説明し、理解するには、消費者が購買に至るまでの心理的なメカニズムを深く理解することがカギとなるのである。本講義は、このような視点に立ち、消費者の購買意思決定プロセスに関する理論枠組みを、具体的なマーケティングの事例と関連付けながら理解することを目指すものである。
授 業 計 画	第1回 インTRODクシヨン：消費者行動とマーケティング 第2回 消費者の情報処理プロセスを理解する 第3回 消費者の購買意思決定プロセスを理解する 第4回 消費者の購買意思決定と提案価値のデザイン 第5回 事例の検討（1）：セグメンテーションと購買意思決定 第6回 消費者の購買意思決定と提供価値のデザイン 第7回 事例の検討（2）：ポジショニングと購買意思決定 第8回 消費者の購買意思決定とマーケティング戦略 第9回 事例の検討（3）：購買行動の類型とマーケティング戦略 第10回 消費者の購買意思決定とブランド 第11回 事例の検討（4）：ブランドと購買意思決定 第12回 購買行動とマーケティング戦略 第13回 事例の検討（5）：マーケティング戦略策定への応用 第14回 まとめ ・アクティブ・ラーニング要素 <input checked="" type="checkbox"/> ディスカッション、 <input checked="" type="checkbox"/> グループワーク、 <input checked="" type="checkbox"/> プレゼンテーション、 <input type="checkbox"/> 実習、 <input type="checkbox"/> フィールドワーク、 <input type="checkbox"/> PBL（課題解決型学習）、 <input type="checkbox"/> 反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、 <input type="checkbox"/> ディベート、 <input type="checkbox"/> その他（ ）、 <input type="checkbox"/> 実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施

	<p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 50%</p> <p>■授業内での挙手発言 30%</p> <p>■プレゼンテーション 20%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・レポート：50%（10%×5=50%） 評価基準：理論枠組みの活用の適切さ、議論の論理展開の適切さ</p> <p>・プレゼンテーション：20% 評価基準：理論枠組みの活用の適切さ、説得性</p> <p>・授業への参加・貢献度：30% 評価基準：発言の回数や内容の適切さ、他の学生と協調して学ぶ態度</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <input checked="" type="checkbox"/>授業時間に限らず、個別にフィードバックを行う</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：青木幸弘・新倉貴士・佐々木壮太郎・松下光司（2012）『消費者行動論 マーケティングとブランド構築への応用』、有斐閣</p> <p>参考文献：講義内で紹介をする。</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <p>・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。</p> <p>・履修確定後は、C-Plusの「教材配布」で配布する。</p> <p>予習について</p> <p>・テキストの指定箇所を熟読したうえで、講義に出席すること。</p> <p>ディスカッション課題の提出について</p> <p>・ディスカッション課題は、授業日前日までにポータルに提出すること。</p> <p>・予習・復習等の準備学習について</p> <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科目名	ブランド戦略論
担当者	大西 浩志
履修条件	「マーケティング戦略論」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的・到達目標	<p><科目の目的> ブランド戦略の基本を修得し、ブランドを構築しマネジメントできる人材を養成する。</p> <p><到達目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営者（CMO,CBO）、もしくはマーケティング管理職（ブランド・マネジャー）としてブランドを育成し管理できるための基礎力を養成する ・講義で学習したブランド論のフレームワークを自分の商品・サービスに適用し、その成果を考察できるようになる
概要	<p>ブランド戦略は今日のマーケティングにおける重要な研究分野として認知されるようになり、実務のうえでもさらにその重要性は増大している。本講義では、ブランド理論を理解し、実践方法を学び、実務に応用できることを目指し、「統合ブランド戦略フレームワーク」の5つのフェーズに従って、ブランド戦略の各論を学ぶと同時にケースを使って実際の事例により実務への応用を修得する。また、各フェーズにおいてデータ収集、分析方法を合わせて学ぶことによって、実際に調査・分析を体験し実施できるようになることを目指す。最終的に、ブランド戦略をグループワークで研究して発表することで、実際のブランド構築ケースをより詳しく分析し考察することを体験する。毎回の授業では一方的な講義形式ではなく、参加者の予習をベースとした討議を中心として進行する。</p>
授業計画	<p>第1回 講義概要、ブランドとは何か 第2回 ブランド・エクイティと強いブランド作り 第3回 統合ブランド戦略とは 第4回 ケース・ディスカッション 第5回 フェーズ1.ブランド構築 第6回 フェーズ2.経営レベルのブランド戦略 第7回 フェーズ3.マーケティングレベルのブランド戦略 第8回 フェーズ4.コミュニケーションレベルのブランド戦略 第9回 フェーズ5.ブランド戦略の実行と管理 第10回 ゲスト・スピーカー 第11回 企業ブランド、ブランド拡張、グローバルブランド 第12回 デジタル時代のブランディング 第13回 グループ・プレゼンテーション 第14回 講義の振り返り</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （株式会社電通勤務 2011年～2016年 食品会社、自動車メーカー、金融機関などのマーケティング計画と実施などで、戦略アドバイスを担当した）</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業: ZOOM ■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他 () ・課題(中間試験やレポート等)に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う □その他 ()
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ■課題レポート 20% ■授業内での挙手発言 30% ■グループワーク 15% ■参加者による相互評価 15% ■最終レポート 20% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 ※授業への参加・貢献度(発言や質問が授業に貢献したか等)と課題への取り組みを評価する ※グループ・ワークは、分析の出来、ブランド価値創造への考察、ブランド価値向上戦略によって評価する(グループ内の相互評価も考慮する)
テキスト・ 参考文献等	<p><テキスト></p> <ul style="list-style-type: none"> ・田中洋(2017)『ブランド戦略論』有斐閣 <p><参考書></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ケビン L. ケラー(2015)『エッセンシャル 戦略的ブランド・マネジメント』、東急エージェンシー(Keller(2008), Strategic Brand Management, 3rd ed.) ・小川孔輔(1994)『ブランド戦略の実際』日経新聞出版 ・羽田康祐(2020)『ブランディングの教科書 ブランド戦略の理論と実践がこれ一冊でわかる』インプレス
特記事項	<p><教材の配布の方法について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 <p><課題・宿題の課題テーマを提示について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・指定したテキストや参考書、レジュメ(C plus への掲載)を事前に読み込むこと ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p><準備学習について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前にC plus に掲載するレジュメに必ず目を通して上で出席すること。 ・授業にて提示する宿題に必ず取り組むこと。

科目名	流通・営業戦略
担当者	中村 博
履修条件	特になし。
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的：デジタルシフト社会における「買い物革命」を理解し、ショッパーに対応した販売戦略を提案し、流通の生産性を向上させることを目的とする。</p> <p>到達目標：アマゾンやアリババ等のネット通販企業の成長は既存流通に大きなインパクトを与えている。この授業はネット通販のイノベーションや小売業態の成長性について学ぶ。また、ネット通販の成長に既存の小売業はどのように対応すべきか？既存小売業のマーケティング戦略について学ぶ。さらに、小売業や卸売業と取引するやメーカーのチャネル戦略や営業戦略について検討する。最終的に、特定商品を取り上げ、小売業にネット通販に対応できる販売戦略を提案することを目標とする。</p>
概要	<p>●内容1：流通の概略を確認し、次に、アマゾン・エフェクトを中心にしたネット通販の成長と既存小売業の対応について検討する。具体的には、</p> <p>①ネット通販（Amazon など）はどこまで成長し、既存小売業にどの程度影響を与えるか？また、どのような小売業が生き残っていくか？ ②ショッパーの動向は？ ③革新的な技術が与える影響は？ ④既存小売業の売場活性化の方法（ID-POS データの利用、商圈ソフトや棚割りソフトを活用） ⑤自店、アマゾンを含む競合、商圈をどう分析するか？ ⑥レイアウトをどうするか？ ⑦品揃えや棚割りをどう作成するか？ ⑧O2O などプロモーションやクロス MD などの販売時点プロモーションの企画 ⑨PB をどのように販売するか？</p> <p>●内容2：メーカーは、自社ブランドのインスタシエアを高めるために、アマゾン・エフェクトなどによって影響をうけている既存小売業にどのような販売戦略の提案を行うべきか検討する。具体的には、①店頭におけるショッパーの購買行動を知る、②ショッパー・マーケティングの展開、③売場で自社ブランドを思わず購買してもらうにはどうするか？などについて学ぶ。</p>
授業計画	<p>第1回：問題提起（何を検討するのか？）小売業の低生産性</p> <p>第2回：小売業のデジタルライゼーション戦略①（Amazon）</p> <p>第3回：小売業のデジタルライゼーション戦略②（Walmart）</p> <p>第4回：小売業のデジタル化③（日本のトライアルなど）と既存小売業の対応戦略</p> <p>第5回：メーカーの対流通戦略（メーカーと流通の協業について）</p> <p>第6回：POSデータ解析による提案資料作成法</p> <p>第7回：ショッパーマーケティング戦略：カスタマー・ジャーニーの理解</p> <p>第8回：ショッパーの購買行動（衝動購買、バイアスによる購買など）</p> <p>第9回：売場開発①（商圈分析、レイアウト分析）</p> <p>第10回：売場開発②（品揃え、スペースマネジメント戦略）</p> <p>第11回：インスタ・プロモーション開発（Big Data(ID-POS データ)活用)</p> <p>第12回：小売業のPB（プライベート・ブランド）の成長戦略</p> <p>第13回：小売業のPBに対するメーカーの対応戦略</p> <p>第14回：最終課題報告&ディスカッション</p> <p><教員の実務経験の本授業への反映></p> <p>1981年～1996年まで公益財団法人流通経済研究所において、マーケティングのコン</p>

	<p>サルティング業務に携わり、新製品マーケティングのサポートを行った。これらの経験を活かして、商品開発・市場導入の授業を行う。メーカーおよび小売業とアジアショップパーインサイト研究会を主宰しており、実証実験の内容は授業で紹介される。</p> <p><アクティブ・ラーニング要素></p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、■フィールドワーク、■PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、■その他（実務家との意見交換）、□実施していない</p> <p>・（ICT を活用した）双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 30%</p> <p>■授業内での挙手発言 5%</p> <p>■グループワーク 5%</p> <p>■最終レポート 60%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>●3回程度の課題レポート（10%×3回=30%）</p> <p><評価基準>用語の定義や理解が適切か、論理的記述になっているか、独自の視点があるかなど</p> <p>●最終課題のレポート（60%）</p> <p><評価基準></p> <p>1) 提案の問題意識や切り口がユニークか？</p> <p>2) データの使用が十分かつ適切で科学的アプローチがなされているか？</p> <p>3) 提案全体にストーリー性があり論理的に書かれているか？</p> <p>●授業への貢献度（10%）</p> <p>1) 従業中の発言、グループワークにおける貢献度、ミニットペーパーの提出</p> <p>●課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>1) 授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：矢作敏行，現代流通，理論とケースで学ぶ，有斐閣アルマ</p> <p>参考文献：随時紹介する</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <p>・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。</p> <p>・履修確定後は、C-Plusの「教材配布」で配布する。</p> <p>・教材は遅くとも授業2日前までにアップロードする。</p> <p>課題テーマの提示について</p> <p>・3回の課題レポートは、課題を6日前に提示し、授業日前日までにポータルに提出する。</p>

	<ul style="list-style-type: none">・最終課題テーマは5週間前に提示し、グループワークをしながら作成し、グループで報告する。その後、報告資料にもとづいて個人でレポートを作成し提出する。・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。
--	--

科 目 名	雇用管理【前期】
担 当 者	高橋 康二
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<p><科目の目的> いわゆる正社員や有期雇用社員など直接雇用の人材に加えて、派遣社員や請負社員など外部人材を含めた、雇用管理の理論、現状、課題を学ぶ。</p> <p><到達目標> 雇用管理の理論を理解したうえで、それを活用し、自社の雇用管理の課題の把握や改善策の立案に取り組めるようになること。</p>
概 要	<p>本授業（雇用管理）では、採用管理、配置・異動、労働時間管理、雇用調整、退職管理など、主として人材の量的管理に関する理論と実態を学ぶ。従来の雇用管理では、企業が直接雇用する人材が主に対象とされてきたが、それに加えて本授業では、企業が雇用関係を持たない派遣人材や請負人材など多様な人材活用に関しても学ぶ。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 HRMの基本的役割 第2回 日本の雇用システム 第3回 採用管理 第4回 配置・異動・ローテーション 第5回 労働時間管理・在宅勤務 第6回 長時間労働はなぜ起こるのか 第7回 雇用ポートフォリオの理論 第8回 雇用ポートフォリオの実態 第9回 働く人々からみた非正規就業 第10回 公正な待遇を目指して 第11回 高齢化と企業社会 第12回 定年とその後 第13回 雇用調整・退職管理 第14回 これからの雇用管理</p> <p>※授業の進捗等により、一部変更の可能性あり。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション</p> <p>・(ICTを活用した) 双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法 ■課題レポート 60% ■授業内での挙手発言 20% ■グループワーク 20% 合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p>

	<p>課題レポート・グループワーク：現状や課題に関する理解の的確さ、課題に対する考察の深さ、視点のユニークさ、説得力</p> <p>授業内での挙手発言：授業への参加、発言の態度（積極性、発言内容の的確さ、他の学生の意見の尊重等）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業期間内のレポート等に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	<p>(参考文献)</p> <p>小池和男『仕事の経済学（第3版）』東洋経済新報社、2005、</p> <p>今野浩一郎・佐藤博樹『人事管理入門（第3版）』日本経済新聞出版、2020</p> <p>佐藤博樹・松浦民恵・高見具広『働き方改革の基本』中央経済社、2020</p> <p>濱口桂一郎『若者と労働：「入社」の仕組みから解きほぐす』中公新書クラレ、2013</p> <p>今野浩一郎『正社員消滅時代の人事改革』日本経済新聞出版社、2012</p> <p>佐藤博樹編著『パート・契約・派遣・請負の人材活用（第2版）』日経文庫、2008</p>
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前から履修申請期間は「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は「教材配布」で授業日の3日前までにアップロードする。 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示する。 ・授業ごとの課題・宿題に取組んでから、授業に出席すること。

科目名	雇用管理【後期】
担当者	高村 静
履修条件	特になし。
科目の目的・到達目標	<p><科目の目的></p> <p>事業活動を遂行し、戦略を実行するために必要な労働サービスを、必要な時に、必要な量だけ、適正な価格で確保・提供することを目的に行われる企業の雇用管理の理論、現状、課題を学ぶ。また、労働サービスの充足に関連する基本的な法や制度の仕組みを理解する。</p> <p><到達目標></p> <p>雇用管理の関連理論を理解したうえで、それを活用し、自組織の労働サービスは充足されているのか、将来的に充足されるのか、判断するための視点を獲得する。また自組織の雇用管理に関する課題が分かり、対処方法を議論できるようになる。</p>
概要	<p>人的資源管理のうちの雇用管理には、具体的には採用管理、能力開発、配置・異動、労働時間管理、雇用調整、退職管理などが含まれる。これらの機能や基本的な理論を学ぶ。また、自組織の労働サービスは将来的に充足されるのか、簡単な将来予測も行う。さらに今日的課題も事例として取り上げ、ディスカッションを通じて理解を深める。</p>
授業計画	<p>第1回 雇用管理の考え方</p> <p>第2回 雇用管理の基本的機能</p> <p>第3回 配置・異動・転勤</p> <p>第4回 能力開発とキャリア形成</p> <p>第5回 日本の雇用システムの特徴</p> <p>第6回 海外の雇用システムの特徴</p> <p>第7回 管理職の役割と機能</p> <p>第8回 管理職への昇進</p> <p>第9回 雇用ポートフォリオ/人材ポートフォリオ</p> <p>第10回 多様な人材の活用と待遇</p> <p>第11回 女性の活躍推進の変遷と現状</p> <p>第12回 ダイバーシティ・マネジメント</p> <p>第13回 労働時間の現状と課題</p> <p>第14回 働き方改革の現状と課題</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （1999年11月～2009年3月 日興フィナンシャル・インテリジェンス株式会社勤務）主任 研究員兼アナリストとして行った企業訪問調査（企業の人材活用をテーマとする投資信託の 銘柄選択に関する企業調査）の経験から得た様々な企業の多様な視座を講義に反映させる。 （2009年4月～2019年3月 内閣府）人材の育成・活躍（多様な人材の活躍促進）に関わる 調査・政策立案および関係各者間の意見調整に従事した経験を、組織の人材活用・人材育成に 関する今日的課題の解釈や今後の方向性に関する議論に反映させる。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、</p>

	<p>□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、■その他（ペアワーク、エクセルを用いた演習）、□実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p> <p>□平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■授業内での挙手発言 20%</p> <p>■最終レポート 50%</p> <p>■その他（演習） 30%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・成績評価基準</p> <p>*最終レポート（50%）：授業で学習した理論等を踏まえて、自組織の雇用管理上の課題を分析できているか、分析内容には妥当性があるか、また独自の視点があるかを評価する。さらに分析を踏まえた改善策を提示し、その改善策を実行した場合の将来の「よいシナリオ」が描かれているか、その内容には妥当性があるかを評価する。</p> <p>*授業内での挙手発言（20%）：授業での発言・貢献、アクティブ・ラーニングにおける他の学生との協調、等による。</p> <p>*演習（30%）：エクセルの基本的な機能を用い、原則として自組織を念頭においた簡単な将来シミュレーションを行う予定。それへの取組内容による。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける。希望に応じて個別に実施する。</p> <p>□授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・参考文献等	<p>（参考文献）</p> <p>佐藤博樹・藤村博之・八代充史『新しい人事労務管理（第6版）』有斐閣、2019</p> <p>濱口桂一郎『若者と労働：「入社」の仕組みから解きほぐす』中公新書クラレ、2013</p> <p>今野浩一郎『正社員消滅時代の人事改革』日本経済新聞出版社、2012</p> <p>佐藤博樹編著『パート・契約・派遣・請負の人材活用（第2版）』日経文庫、2008</p> <p>大久保幸夫・石原直子『女性が活躍する会社』日経文庫、2014</p> <p>小倉一哉『過働社会ニッポンー長時間労働大国の実態に迫る』（日経ビジネス人文庫）、日本経済新聞出版社、2011</p>
特記事項	<p>・授業開始前から履修申請期間は「講義照会」で配布する。</p> <p>・履修確定後は「教材配布」で授業日の3日前までにアップロードする。</p> <p>・授業ごとの課題・宿題に取組んでから、授業に出席すること。</p>

科 目 名	人材開発【後期】
担 当 者	高村 静
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<p><科目の目標> 人材開発やキャリア発達に関する理論や手法、実践を理解し、今日的課題について議論できるようになることを目標とする。</p> <p><到達目標> 習得した知識および手法をもとに、自組織の人材開発や新人・部下の育成にかかわる課題を把握し、改善策の立案に取り組めるようになることを到達目標とする。</p>
概 要	<p>組織は獲得した人材の能力を利用・開発することにより戦略を実行し、競争力を高め、組織の維持・発展を図る。この授業では、人材開発・能力開発に関わる基本的な理論を学ぶとともに、環境および戦略の変化に応じて常に求められる能力の再開発や新人等育成の仕組み・手法についても議論する。この際、人材を開発し利用としようとする組織と、自らの能力を開発しキャリア形成を行おうとする個人、個人の能力開発の場となる職場、のそれぞれの視点を考慮に入れ、各主体間に生じる関係性や相互作用についても考えていく。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 インTRODクシヨン/人材開発の考え方と理論 第2回 人材開発の論点（1）知的熟練 第3回 人材開発の論点（2）経験学習 第4回 人材開発の論点（3）リーダーや特定職種の経験学習 第5回 人材開発の論点（4）エンプロイアビリティ 第6回 人材開発の論点（5）キャリア・アンカー 第7回 人材開発の論点（6）キャリア自律と組織コミットメント 第8回 人材開発の論点（7）組織内キャリア自律 第9回 人材開発の論点（8）組織学習 第10回 人材開発の論点（9）職場学習 第11回 キャリア発達の論点（1）キャリア発達の理論 第12回 キャリア発達の論点（2）キャリア・ダイナミクス 第13回 人材開発の今日的課題 第14回 人材開発計画</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、■その他（ペアワーク）、□実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施 ■クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p> <p>・教員の以下の実務経験を反映させます。（教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連</p>

	<p>性について)</p> <p>－1999年11月～2009年3月 日興フィナンシャル・インテリジェンス株式会社 主任研究員兼アナリストとして行った企業訪問（特に、企業の人材活用をテーマとする投資信託の銘柄選択に関する企業調査）の経験から得た様々な企業の多様な視座を講義に反映させる。</p> <p>－2009年4月～2019年3月 内閣府 人材の育成・活躍（多様な人材の活躍促進）に関わる調査・政策立案および関係各者間の意見調整に従事した経験を、組織の人材活用・人材育成に関する今日的課題の解釈や今後の方向性に関する議論に反映させる。</p>
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■授業内での挙手発言 30% ■プレゼンテーション 10% ■最終レポート 60% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法・基準の明示 *最終レポート（60%）：リーディング文献として指定された論文についての理解度、そこで示される理論やフレームワークを用いて自組織の課題を分析できているか、分析内容は妥当かつ独自の視点があるか、またレポートの構成や記述等を基準とする。 *授業内での挙手発言（30%）：授業への参加度、アクティブラーニングにおける他の学生との協調、等を基準とする。 *プレゼンテーション（10%）：指定された内容を踏まえ、簡潔かつ効果的に内容を伝えることができているかを基準とする。 <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける。また、希望に応じて個別に実施する。 □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う □その他（ ）
テキスト・参考文献等	<ul style="list-style-type: none"> ・テキスト シャイン, E. H. 『キャリア・アンカー：自分のほんとうの価値を発見しよう』 金井壽宏訳、白桃書房、2003年 ・参考文献 中原淳 『経営学習論－人材育成を科学する』 東京大学出版会、2012年 中村和彦 『入門 組織開発 生き活きと働ける職場をつくる』 光文社、2015年 鈴木竜太 『自立する組織人』 生産性出版、2007年 マッコレーイ, C. D.、モクスレイ, R. S.、ヴェルサ, E. V. 編 『リーダーシップ開発ハンドブック－The Center for Creative Leadership・CCL』 金井壽宏監訳、白桃書房、2011年 シャイン, E. H. 『キャリア・ダイナミクス：キャリアとは、生涯を通しての人間の生き方・表現である。』 二村敏子・三善勝代訳、白桃書房、1991年
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・教材の配布の方法について *授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 *履修確定後は「教材配布」で配布をする。

	<p>*授業日の3日前までにアップロードする。</p> <ul style="list-style-type: none">・予習・復習等の準備学習について <p>*毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。</p> <p>*提示する課題に必ず取り組むこと。</p>
--	---

科目名	インセンティブ・マネジメント
担当者	佐藤 博樹
履修条件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<p><科目の目的></p> <p>本授業での学習を通じて、身近な組織におけるインセンティブ・マネジメントの課題把握と改善策立案に取り組むうえでの人的資源管理の知識と思考力を身につけることを目的とする。</p> <p><到達目標></p> <p>報酬管理は、社員が保有する人的資源や提供する労働サービスを評価し、それに対する反対給付として企業が提供する報酬を合理的に運用する仕組みである。広義の報酬としての重要性が増しているWLB支援に関しても学ぶ。報酬管理の理論を学び、自社の報酬管理の課題の把握や改善策の立案に取り組めるようになること。</p>
概要	<p>インセンティブ・マネジメントに関わる人的資源管理の各分野、すなわち社員格付け、昇進、賃金等の管理について、主要な議論を把握する。また、そうした知見にてらして、授業参加者は、各人の身近にある企業や職場の事例等を念頭に、対応する実態や課題について議論する。これらを通じ、人的資源管理に関わる理論や議論を適切に踏まえ、インセンティブ・マネジメントの課題を把握し、改善策を立案するための知識と思考力を身につける。新しい「報酬」としてのWLBに関しても学ぶ。</p>
授業計画	<p>第1回 講義概要とグループワークの説明</p> <p>第2回 人的資源管理におけるモチベーションの役割</p> <p>第3回 古典的モチベーション理論</p> <p>第4回 現代的モチベーション理論</p> <p>第5回 ダニエル・ピンクのモチベーション理論</p> <p>第6回 <やりがい搾取>とモチベーション理論</p> <p>第7回 新しい衛生要因としてのワーク・ライフ・コンフリクト</p> <p>第8回 仕事と介護の両立支援に関するDVD視聴と議論</p> <p>第9回 仕事と介護の両立支援のあり方</p> <p>第10回 人事管理において社員格付け制度が必要となる理由</p> <p>第11回 昇進管理の理論</p> <p>第12回 昇進管理の現状と新しい昇進管理</p> <p>第13回 有期契約社員など多様な雇用形態間の不合理な処遇差の解消</p> <p>第14回 グループ課題の報告と議論</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション</p> <p>・(ICTを活用した) 双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他()</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 60%</p> <p>■授業内での挙手発言 20%</p>

	<p>■グループワーク 20%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>課題レポートの評価：用語の定義や理解が適切か、理論的な記述になっているか、独自の視点があるかなど</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <p>□授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p> <p>□その他（ ）</p>
テキスト・参考文献等	<p>スティーブP. ロビンズ『組織行動のマネジメント（新版）』ダイヤモンド社、2009</p> <p>今野浩一郎『同一労働同一賃金を活かす人事管理』日本経済新聞出版 2021</p> <p>今野浩一郎・佐藤博樹『人事管理入門（第3版）』日本経済新聞出版,2020</p> <p>小池和男『仕事の経済学（第3版）』東洋経済新報社、2005</p> <p>佐藤博樹・武石恵美子『職場のワークライフバランス』日経文庫、2010</p> <p>佐藤博樹・矢島洋子『新訂・介護離職から社員を守る』労働調査会、2018</p>
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前から履修申請期間は「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は「教材配布」で授業日の3日前までにアップロードする。 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示する。 ・授業ごとの課題・宿題に取組んでから、授業に出席すること。

科 目 名	コーポレートファイナンスと企業戦略【前期】
担 当 者	鈴木 智大
履 修 条 件	<p>2021年度以前の入学者：会計の知識がまったくない受講生は、「企業会計入門」を履修済みであることが望ましいです。</p> <p>2022年度の入学者：基礎知識に不安のある方は「企業会計とファイナンスの基礎」を先に履修してください。ある程度、知識・経験のある方は並行履修でも問題ありません。</p>
科目の目的 ・到達目標	<p>科目の目的：現在の企業を取り巻く環境のうち、財務面におけるリスクの把握とそれを正しく反映できる経営意思決定さらに投資家を始めとするステークホルダーへの対応策を身に付ける。</p> <p>到達目標：企業の経営者として必要な、財務意思決定のための必要な知識および判断のための基準をマスターすることを目的とする。</p>
概 要	<p>ファイナンス理論体系のうちコーポレートファイナンス分野について講義する。すなわち、企業価値最大化のための実物投資戦略、資金調達戦略の方法を全体的に講義する。具体的には、時間の価値と利子との基本的関係を学んだ上で、最適投資決定の方法を講義する。つぎに、資金調達にかかるコストについて紹介し、そのミックスによる加重資本コストの測定法を学習する。その後、実際に企業価値の推定を行う。そして最適資本構成や利益還元政策について講義し、最後に経営者のインセンティブと株主との利害対立そしてその解決法についても講義する。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 コーポレートファイナンスは</p> <p>第2回 正味現在価値（NPV）</p> <p>第3回 NPVの計算方法</p> <p>第4回 普通株式の価値</p> <p>第5回 討議①配当割引モデル</p> <p>第6回 リスクとリターン</p> <p>第7回 資本コスト</p> <p>第8回 企業価値の推定</p> <p>第9回 討議②企業価値推定のまとめ</p> <p>第10回 資本構成の基礎理論①理想の世界</p> <p>第11回 資本構成の基礎理論②現実に近づけたモデル</p> <p>第12回 利益還元政策</p> <p>第13回 討議③利益還元政策と企業価値</p> <p>第14回 コーポレート・ガバナンス</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 該当なし</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、□グループワーク、□プレゼンテーション、■実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p> <p>■・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p> <p>□平日夜間オンライン授業：ZOOM</p>

	<p>■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 30%</p> <p>■授業内での挙手発言 20%</p> <p>■最終レポート 30%</p> <p>■その他（毎回の事前課題） 20%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>以下の割合で評価する。</p> <p>①期末レポート 30%</p> <p>②課題レポート 30%</p> <p>③事前課題 20%</p> <p>④講義における発言・発表 20%</p> <p>ほぼ毎回出題される事前課題（エクセル）については、予習を目的としており、解答の正否よりも取り組みを評価する。</p> <p>討議に使用する3回の課題レポートは、1回10点満点で評価し、学習した知識・スキルを実際の企業に適応できているかを確認する。</p> <p>期末レポートも学習した知識・スキルを実践できているかを中心に評価するが、+aで実際の企業に適応する際に生じる問題等をどのように対処しているのかも評価する。</p> <p>講義における発言・発表はクラス全体の学びにつながったかをカウントし評価を行う。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>■授業時間に限らず、C plus等でフィードバックを行う</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：『コーポレートファイナンス第10版（上）』 ブリーリー、マイヤーズ、アレン、2014年、日経BP、ISBN：978-4822248604.</p> <p>参考文献：適宜紹介する。</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <p>講義ごとに課題（予習）を提示する。</p> <p>準備学習について</p> <p>提示された課題については、講義1日前（金曜日）までに指定のメールアドレスに提出すること。なお討議の回は自身のレポートを受講者分、印刷してくること。</p>

科目名	コーポレートファイナンスと企業戦略【後期】
担当者	山内 浩嗣
履修条件	2021年度以前の入学者：会計の知識がまったくない受講生は、「企業会計入門」を履修済みであることが望ましい。 2022年度の入学者：「企業会計とファイナンスの基礎」を履修済みであること。
科目の目的・到達目標	目的：企業を取り巻く環境のうち、財務面におけるリスクの把握とそれを正しく反映できる経営意思決定の方法、投資家を始めとするステークホルダーへの対応策などを身に付けること。 目標：企業における財務的意思決定において必要となる知識、評価方法、意思決定の判断基準などを理解し、活用できるようになること。
概要	ファイナンス理論体系のうち、コーポレートファイナンス分野について講義する。すなわち、企業価値最大化のための投資戦略、資金調達戦略、ペイアウト政策などについて全体的に講義する。具体的には、まず財務諸表分析の基礎、お金の時間価値と利率の基本的関係、正味現在価値、投資価値の評価方法と投資意思決定の方法について学ぶ。次に、資金調達コスト、最適資本構成、企業価値評価法について講義する。最後に、ペイアウト政策とコーポレート・ガバナンスについても学ぶ。 本講義では、宿題、グループワーク、小テスト、期末レポートなどを通じて、講義で学んだことを実践していく。
授業計画	<p>第1回 インTRODクション(講義の概要、コーポレートファイナンスとは)</p> <p>第2回 財務諸表分析の基礎(1)：財務三表の構成、利益とCF</p> <p>第3回 財務諸表分析の基礎(2)：財務三表の関連性、財務諸表分析の基礎</p> <p>第4回 お金の時間価値、正味現在価値(NPV)、利率の取扱い</p> <p>第5回 グループ発表、投資価値評価の方法と投資意思決定法の基礎</p> <p>第6回 債券・株式の価値評価</p> <p>第7回 リスクとリターン、資本コスト推定の基礎</p> <p>第8回 最適資本構成(1)：理想的な資本市場(MM 命題)</p> <p>第9回 最適資本構成(2)：現実的な資本市場(負債から生じる便益と費用など)</p> <p>第10回 企業価値の評価法</p> <p>第11回 資金調達の的方法</p> <p>第12回 ペイアウト政策</p> <p>第13回 コーポレート・ガバナンス</p> <p>第14回 グループ発表</p> <p>1999年4月～現在 (株)三菱UFJ トラスト投資工学研究所(略称 MTEC)に勤務。 株式価値評価モデルの開発経験あり。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 <input type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>グループワーク、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input checked="" type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、 <input type="checkbox"/>PBL (課題解決型学習)、<input type="checkbox"/>反転授業 (教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式)、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他 ()、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <p>・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 <input type="checkbox"/>平日夜間オンライン授業：ZOOM</p>

	<p>■土日対面授業実施 <input type="checkbox"/>クリッカー、<input type="checkbox"/>タブレット端末、<input type="checkbox"/>その他 ()、<input type="checkbox"/>実施していない</p>
成績評価の 基準と方法	<p>【成績評価の方法】 ■課題レポート 15% ■授業内での挙手発言 30% ■グループワーク 10% ■小テスト 15% ■最終レポート 30% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>【成績評価の基準】 授業内での挙手発言 30%：授業への貢献度・受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）、ミニットペーパー等での講義に対するフィードバックを評価する。 グループワーク・課題レポート 25%：独自の視点があるか、分析方法と結果解釈の妥当性、計算の正確性、結果に対する考察の深さや論理性、資料の書きぶり、プレゼンテーションのスキルなどを評価する。 小テスト 15%：講義内容の理解度、計算の正確性などを評価する。 最終レポート 30%：独自の視点があるか、講義で学んだことの活用度合いと妥当性、計算の正確性、考察の深さや論理性、レポートの書きぶり、などを評価する。</p> <p>【課題に対するフィードバックの方法】 希望者に対してはメール等で講評する。また、提出物ごとに数点を教員が選び、講義中に講評の時間を設ける。</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：毎回レジュメを配布する。購入すべき図書は初回講義時に指示する。 バーク、ディマーズ・著、『コーポレートファイナンス 入門編(第2版)』(ISBN：978-4621066102)、丸善出版、2014年 田中慎一、保田隆明・著、『コーポレートファイナンス 戦略と実践』、ダイヤモンド社、2019年、ISBN：978-4478105412</p>
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・講義内容は、受講者のニーズや授業の進み方に応じて適宜変更する場合がある。 ・文系出身者でも理解できる授業を心掛けるので、数字や数式を見ても臆することなく、意欲的に取り組んで欲しい(論理の流れを理解することが大事)。 ・毎回の講義内容を積み上げながら学んでいくので、できるだけ休まないこと。講義を休んだ場合は必ず VOD で自習すること。 ・分析には Excel を用いる(アドインの「分析ツール」と「ソルバー」を使うので、あらかじめインストールしておくこと)。 <p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は C plus の「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は「教材配布」に授業の3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締切1週間前までに課題テーマを提示する。

準備学習について【重要】

- ・ 毎回授業前は C plus に掲載するレジюмеに必ず目を通した上で出席すること。
- ・ 講義で出た課題については必ず取り組むこと。
- ・ その他の予習・復習等にかかわる準備学習は、講義での指示のとおり行うこと。

科 目 名	財務報告論
担 当 者	石橋 善一郎
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<p>科目の目的：本科目は企業内部における経営管理者が「真の企業価値」の創造を目指して、財務情報および非財務情報を基にどのように経営管理を行うべきかを学ぶ。</p> <p>グローバル企業におけるCFO組織は、経理機能、財務機能のみならず、FP&A機能を担う。FP&Aとは、「Financial Planning & Analysis」の略である。FP&A機能とは経営管理機能であり、本社における企業戦略の実行と事業部における事業戦略の実行を支援し、ドライブする役割を担っている。近年、グローバル市場で競争する日本企業において、CFO組織の一部としてのFP&A組織の導入が進んでいる。</p> <p>グローバル企業におけるCFOの役割の中心には、FP&A部門のリーダーとして経営管理を行うことがある。</p> <p>本科目では、グローバル企業における経営管理(FP&A)とは何か、経営管理組織(FP&A組織)の役割とその要素、そしてCFOのキャリアを目指す経営管理者(FP&Aプロフェッショナル)に必要なスキルセットとマインドセットを学ぶ。</p> <p>戦略経営による「真の企業価値」の創造には、本科目での知識は不可欠である。</p> <p>経営管理者(FP&Aプロフェッショナル)にとって最も大切なのは、「FP&Aの1つのHと6つのW」である。いわゆる「5W1H」という言葉から拝借している。</p> <p>FP&Aの1つのHは「How：手法」である。「How：手法」には、理論と実務の2つがある。本科目の特徴は理論だけでなく、グローバル企業における最先端のFP&A実務を紹介することである。</p> <p>6つのWは、「Who：当事者意識」、「Why：目的」、「When：歴史観」、「Where：世界観」、「What：行動に結びついた提案」、「Which：優先順位付け」である。経営管理者(FP&Aプロフェッショナル)にとってスキルセットは大切である。しかし、6つのWを理解すること無くして成果を上げることはできない。</p> <p>経営管理者(FP&Aプロフェッショナル)の目指すもの(つまり、「Why：目的」)は、「真の企業価値」の中長期的な成長である。</p> <p>「真の企業価値」は「企業価値(Corporate Value)」であり、「株主価値(Shareholders' Value)」ではない。「真の企業価値」は「市場価値(Market Value)」ではなく、企業が生み出すキャッシュ・フローに基づく「本質的価値(Intrinsic Value)」である。</p> <p>経営管理(FP&A)の1つの「How：手法」は、財務会計・管理会計・企業財務に関する理論と実務である。</p> <p>財務会計の目的は、財務報告において財務諸表を正しく作成することにある。経営管理における言語であり、本質的価値を創造するための基盤となる。</p> <p>管理会計の目的は、本質的価値を創造する途中経過である期間利益を、マネジメントコントロールシステムを設計・運営して「最適化」することにある。</p> <p>企業財務の目的は、本質的価値の創造を目指して企業の生み出す予測キャッシュ・フローの正味現在価値を、中長期的に「最大化」させることにある。</p> <p>本科目では、財務会計、管理会計、企業財務に関する「How：手法(理論と実務)」の内、経営管理者(FP&Aプロフェッショナル)に必要な分野に焦点を当てる。6つのWを念頭に置いた上で、1つのHを検討する。</p>

	<p>到達目標：企業の本社レベルにおける経営企画部・経理部・財務部および事業部レベルにおける事業企画部などで経営管理・事業管理を担当する経営管理者(FP&A プロフェッショナル)に求められる理論と実務を習得する。</p> <p>会計の知識に自信がない人でも受講可能。</p>
<p>概 要</p>	<p>『経理・財務・経営企画部門のための FP&A 入門』を教科書として、教員が FP&A プロフェッショナルとして実際に経験したグローバル企業における経営管理の実務を学ぶ。また、海外の職業人団体 (Institute of Management Accountants、Association for Financial Professionals など) が FP&A プロフェッショナルの教育・研修のために発行している FP&A 実務に関する手引き書 (IMA の「管理会計原則」、AFP の「FP&A ガイド」の英語原文と教員が日本語化したものの両方を配布)を使用して、グローバル企業における経営管理の実務を紹介する。</p> <p>本科目では以下のようなトピックを取り扱う予定である。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 財務報告の基礎知識：貸借対照表、損益計算書 ② 財務諸表分析：キャッシュ・フロー計算書、財務比率 ③ 経営管理組織(FP&A 組織)：グローバル企業と日本企業 ④ 経営管理担当者(FP&A プロフェッショナル)：スキルセットとマインドセット ⑤ 外部・内部環境の分析と 2 つの戦略と戦略形成プロセス ⑥ 経営管理プロセス：計画プロセスと統制プロセス ⑦ マネジメントコントロールシステム (MCS) ⑧ 意思決定会計：固定費とキャパシティコスト ⑨ 投資プロジェクトに関する意思決定
<p>授 業 計 画</p>	<p>第 1 回 経営管理(FP&A)とは何か：グローバル企業における経営管理</p> <p>第 2 回 経営管理者(FP&A プロフェッショナル)に求められる損益計算書の知識</p> <p>第 3 回 経営管理組織(FP&A 組織)と経営管理担当者(FP&A プロフェッショナル)</p> <p>第 4 回 経営管理者(FP&A プロフェッショナル)に求められる貸借対照表の知識</p> <p>第 5 回 外部・内部環境の分析と 2 つの戦略と戦略形成プロセス</p> <p>第 6 回 経営管理者(FP&A プロフェッショナル)に求められる財務諸表分析：キャッシュ・フロー計算書と財務比率</p> <p>第 7 回 経営管理プロセス：計画プロセス</p> <p>第 8 回 経営管理プロセス：統制プロセス</p> <p>第 9 回 マネジメントコントロールシステム (MCS)：MCS の 4 つの輪</p> <p>第 10 回 意思決定会計：固定費とキャパシティコスト</p> <p>第 11 回 投資プロジェクトに関する意思決定の基礎理論：キャッシュ・フローと資本コスト (時間価値とリスク)</p> <p>第 12 回 投資プロジェクトに関する意思決定：予測キャッシュ・フローと評価方法</p> <p>第 13 回 投資プロジェクトに関するリスク分析：感度分析、シナリオ分析、シミュレーション分析、リアル・オプション分析</p> <p>第 14 回 まとめ：アイリスオーヤマ大山健太郎氏の『いかなる時代環境でも利益がでる仕組み』</p> <p>・教員の実務経験 (職歴、本務先) と授業との関連性について</p> <p>教員は、グローバル企業および日本企業において CFO(Chief Financial Officer)としてのキャリアを歩んできた。</p>

	<p>①インテル日本法人、D&M ホールディングス（東証一部上場）、トイザラス日本法人（ジャスコ上場）において CFO を経験。</p> <p>②日本企業の本社（富士通株式会社）と事業部（富士通アメリカ子会社）および外資系企業の本社（インテル米国本社）と事業部（インテル日本法人）において経営管理(FP&A)を経験。</p> <p>③日本 CFO 協会における FP&A 運営プログラム委員会委員長（FP&A 実務勉強会の進行役）および主任研究委員。</p> <p>④米国管理会計士協会グローバルボード理事および東京支部理事を歴任。</p> <p>⑤経営管理に関連して取得した米国職業人団体の資格：</p> <p>1999年 10月 Certified In Financial Management（米国財務管理士）資格</p> <p>2000年 1月 Certified Management Accountant（米国公認管理会計士）資格</p> <p>2001年 7月 Certified Public Accountant（米国公認会計士、イリノイ州）Certificate</p> <p>2002年 5月 Certified Internal Auditor（米国公認内部監査人）資格</p> <p>2019年 3月 Certified in Strategy and Competitive Analysis（米国公認戦略・競争分析）資格</p> <p>2019年 3月 Certified Corporate FP&A Professional（米国公認 Corporate FP&A プロフェッショナル）資格</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>□ディスカッション、□グループワーク、□プレゼンテーション</p> <p>□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（）、■実施していない</p> <p>・（ICT を活用した）双方型授業の実施</p> <p>□平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（）</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 30%</p> <p>■授業内での挙手発言 10%</p> <p>■最終レポート 60%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・成績評価基準</p> <p>■課題レポート：財務諸表の読み方および財務諸表分析に関する問題への回答の正答率</p> <p>■授業内での挙手発言：質問に対する意見表明</p> <p>■最終レポート：アイリスオーヤマ大山健太郎会長の『いかなる時代環境でも利益がでる仕組み』に関する報告。学んだ概念に紐付けて説明しているか、用語の定義や理解が適切か、理論的な記述になっているか</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>

	<p>□授業時間に限らず、C plus 等でフィールドバックを行う</p> <p>□その他 ()</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト 1：石橋善一郎 『経理・財務・経営企画部門のための FP&A 入門』、中央経済社、2021 年 (ISBN978-4-502-39241-2)</p> <p>テキスト 2：大阪商工会議所 『ビジネス会計検定試験公式テキスト 3 級』、第 4 版中央経済社、2019 年 (ISBN978-4-502-30181-0)</p> <p>テキスト 3：大山健太郎 『いかなる時代環境でも利益を出す仕組み』、日経 BP、2020 年 (ISBN978-4-296-10711-7)</p> <p>参考文献：桜井久勝 『財務諸表分析』、第 8 版中央経済社、2020 年 (ISBN978-4-502-34241-7)</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業 7 日前までにアップロードするが、直前に細かい修正を入れる。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中間レポート・期末レポートの課題テーマについては、第 1 回授業で提示することとする。 <p>・予習・復習等の準備学習について</p> <p>毎回授業前に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。</p> <p>提示する課題に必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	コンプライアンス・内部統制と法実務
担 当 者	杉浦 宣彦, 吉田 知玄, 森谷 博之
履 修 条 件	「経営法務概論」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：コンプライアンス・内部統制制度の仕組みと機能、ならびにその法実務上の問題点を理解する。 到達目標：コンプライアンス・内部統制制度をめぐる理論と制度についての知識を関連する法制度とともに学び、企業内におけるコンプライアンス・内部統制制度の構築のためのノウハウを実践的に学ぶ。
概 要	現代会社法務の最重要課題の一つであるコンプライアンスと内部統制、さらにはコーポレートガバナンスの背景・意義・機能と、法実務上の問題点を判例等の分析を通じて整理・検討し、会社法と金融商品取引法に明記された内部統制システム構築義務の規定の趣旨・内容を理解する。また、それらの知識を企業不祥事の防止と合理的・効率的な経営の戦略的展開にどのように役立てるべきかについて会得する。その上で、企業コンプライアンス担当のコンサルタントなどによるゲスト講義も織り交ぜながら、最先端のコンプライアンスと法実務の状況を理解し、さらには、具体的な内部統制体制の構築方法を学ぶ。
授 業 計 画	<p>第1回 コンプライアンスと内部統制をめぐる現状 第2回 内部統制・コンプライアンスとは何か 第3回 判例から見る内部統制とコンプライアンス（1）－判例 第4回 判例から見る内部統制とコンプライアンス（2）－解説 第5回 内部統制システムと法（1）：内部統制と会社法 第6回 内部統制システムと法（2）：内部統制と金商法 第7回 コンプライアンス・内部統制態勢の構築をめぐる理論 第8回 コンプライアンス・内部統制態勢の構築の実践方法 第9回 コンプライアンス・内部統制理論の新たな展開 第10回 第三者委員会報告書から見る態勢構築のあり方 第11回 内部通報制度をめぐる法制度 第12回 内部統制制度の構築方法 第13回 企業不祥事の傾向 第14回 企業不祥事発生時の対処方法</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 担当教員は、全員、企業でのコンプライアンス担当経験があったり、企業への内部統制コンサル等をおこなっており、本講義内容の最前線の現場にいるメンバーで構成されている。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input type="checkbox"/>グループワーク、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input checked="" type="checkbox"/>PBL（課題解決型学習）、<input type="checkbox"/>反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他（ ）、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <p>・（ICT を活用した）双方型授業の実施 <input type="checkbox"/>平日夜間オンライン授業：ZOOM <input checked="" type="checkbox"/>土日対面授業実施</p>

	<input type="checkbox"/> クリッカー、 <input type="checkbox"/> タブレット端末、 <input type="checkbox"/> その他（ ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 <input checked="" type="checkbox"/>授業内での挙手発言 20% <input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション 30% <input checked="" type="checkbox"/>最終レポート 50% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <p>クラスでの討議参加度・発表内容（50%）と課題提出+レポート結果（50%）。</p> <p>個々の意見を聞く機会も多く、グループワーク等のプレゼンもあるので、講義への積極的な参加は評価基準の一つの柱となるが、最終レポートで個々の理解度がわかるので、レポート内容は評価の大きな基軸となる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <input type="checkbox"/>授業時間内で講評・解説の時間を設ける <input checked="" type="checkbox"/>必要に応じ、授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：毎回レジュメを配布する。適宜、以下の参考文献を読んで講義に臨むと講義内容についてより理解が進むだろう。</p> <p>参考文献：高巖『コンプライアンスの知識』（第3版）日経文庫 町田祥弘『内部統制の知識』（第3版）日経文庫</p>
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・教材配布の方法について C plus を通じ原則として講義3日前に配布する。 ・準備学習について <p>講義の中でディスカッション等を行うこともあるので、レジュメに事前に目を通して出席し、講義の中でその内容を確認してもらう必要がある。また、数回に一回確認のための課題等を出す場合があるので、必ず取り組むこと。</p>

科目名	金融市場と法
担当者	杉浦 宣彦
履修条件	「経営法務概論」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的・到達目標	<p><目的> 金融商品取引法、銀行法、保険法、信託法など、様々な法律で構成されている金融法がどのように形作られ、金融市場の現状とどのように有機的に結びついているかを学び、企業法務ならびにファイナンス戦略を考える上での基礎的能力を身につける。</p> <p><目標> 金融市場の現状や新たな金融サービスの現状や法的課題等を学び、ビジネス戦略面での対応力を会得する。</p>
概要	<p>銀行法、旧証券取引法、保険法、信託法等に代表される金融法は、従来、その専門的・技術的内容から、金融機関のための法だったが、金融サービスの拡大、他産業からの金融業への参入、企業の資金調達方法ならびに投資手法の多様化といった近年の動きや投資商品の拡大から、一般企業や投資家にも必須のものとなっている。金融システム全体を鳥瞰しつつ、その背後にある法規制や、金融取引一般に関する法律を最新の法的課題を含めて紹介・解説するが、コース全体のまとめも兼ねて、フィンテック関連法制について検討も行うことで、カレントな課題にも対応する内容となっている。コース全体のうち、1-2回程度、実務家等のゲストを呼びカレントな課題について講義をお願いする予定。</p>
授業計画	<p>第1回 金融法とは？：イントロダクション 第2回 金融市場の現状と課題 第3回 金融取引と法（1）：預金問題をめぐる法律問題 第4回 金融取引と法（2）：証券取引をめぐる法律問題（1） 取引規制、ディスクロージャー規制 第5回 金融取引と法（3）：証券取引をめぐる法律問題（2） 投資家保護 第6回 金融取引と法（4）：保険取引をめぐる法律問題（1） 保険会社をめぐる監督法制 第7回 金融取引と法（5）：保険取引をめぐる法律問題（2） 契約者保護 第8回 金融取引と法（6）：その他の金融取引（貸金業）をめぐる法律問題 第9回 金融取引と法（7）：その他の金融取引（信託業務）をめぐる法律問題 第10回 金融監督法制（セーフティネット論・自己資本比率規制など） 第11回 不正金融取引に対する対応 第12回 フィンテックと法 第13回 金融ビジネスの新たな展開と課題 第14回 まとめ</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 大学卒業以降、HSBCやJPモルガンで様々な金融業務を担当し法務担当も経験、さらに金融庁で研究官として立法行政にも関わり、現在も様々な金融機関へのアドバイス等もしている。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>グループワーク、<input type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL（課題解決型学習）、<input type="checkbox"/>反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習</p>

	<p>を入れ替えた学習形式)、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他 ()、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <p>・(ICT を活用した) 双方型授業の実施</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>平日夜間オンライン授業 : ZOOM</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>土日対面授業実施</p> <p><input type="checkbox"/>クリッカー、<input type="checkbox"/>タブレット端末、<input type="checkbox"/>その他 ()</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 60%</p> <p>■授業内での挙手発言 20%</p> <p>■グループワーク 20%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>課題・レポート (60%)、およびディスカッション等での発言頻度とその内容による (40%)</p> <p>講義内でのディスカッションでの発言や質問等も考慮するが、全体的な理解度は最終レポートで推し量ることができるので、その結果を見ながら、ほかの部分を加味して評価する方針である。</p> <p>・課題 (中間試験やレポート等) に対するフィードバックの方法</p> <p><input type="checkbox"/>授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>必要に応じ、授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト : なし。ただし『金融取引小六法 各年度版』があると法規制への理解は進むだろう。</p> <p>参考文献として、まず基礎的なものとして、『銀行の法律知識 (第2版)』、『金融商品取引法入門 (第8版)』、『保険法入門』(それぞれ日経文庫)などを挙げておく。また、適宜、その他の参考文献の紹介を行う。</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <p>・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。</p> <p>・履修確定後は、「教材配布」で配布する。</p> <p>準備学習について</p> <p>・毎回事前に掲示されるレジюмеに必ず目を通してから出席すること。</p> <p>・数回に一度、理解度確認のための課題を提示することがあるので、毎回講義内容を確認し、課題に取り組むこと。</p>

科 目 名	企業の社会的責任
担 当 者	本橋 潤子
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的)</p> <p>企業と社会の関係、そこにおける「責任」、そして「倫理的な」ビジネスとは何かを考える。倫理的な組織と事業活動の実現に向けた制度化手法やマネジメント、意思決定のあり方について学ぶと共に、管理者・経営者としての自らの価値観や倫理観を振り返る機会を提供する。</p> <p>(到達目標)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営における倫理の必要性を戦略として理解し、社会における企業の役割を俯瞰できる視座を持つこと。その上で、社会的責任を果たし得る「倫理的な」組織を実現するための手法と考え方を知り、自らのマネジメントに応用できるようになること。 ・組織内外の人々のあり方にも影響を与える、倫理的な意思決定の要諦を知り、思考の枠組みを得ること。さらにはこれを生かし、日々の活動や意思決定において「よき問い」を立てられるようになること。
概 要	<p>このクラスでは、企業と社会の関係を企業倫理学の知見を基に考察する。その基盤にある「倫理的な」ということを、「よい」こととするならば、利益を得ることも、競争に勝つことも「よさ」の一部といえる。こうしたビジネスの価値基準をも包含しながら、法令や常識の遵守だけではなく、特別な慈善活動だけでもない、日々の事業活動における「よさ」を考え、その実現に向けた経営のあり方を探求することが、この科目の中心的なテーマである。</p> <p>授業は、大きく3つの柱で構成される。まず、規範論と経験論の観点から、企業の目的と倫理の必要性を考える。ここでは、社会的課題事項の解決に向けた今日的な取り組みへの理解も深めつつ、社会の一員としての企業を「外から」見ることになる。次に、企業の「内側」に目を向け、倫理的な組織の実現に向けた手法を検討する。その上で、経営者・管理者の、そして自らのリーダーシップにも関わる、倫理的な意思決定について、ここまでの学習内容を振り返りながら理解を深める。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 企業にとっての倫理の必要性</p> <p>第2回 ショートケースなどによるディスカッション</p> <p>第3回 規範論的なアプローチ：規範倫理学の概要と主な倫理原則</p> <p>第4回 ケース「インスピーチ社の問題」を用いたディスカッション</p> <p>第5回 経験論的なアプローチ：企業の社会的責任（論）とステイクホルダー</p> <p>第6回 ケース「シアーズ自動車センター」を用いたディスカッション</p> <p>第7回 倫理的な組織づくりのための制度化手法（1）：コンプライアンス型アプローチ</p> <p>第8回 ケース「マーティン・マリエッタ社：企業倫理を管理する」を用いたディスカッション</p> <p>第9回 倫理的な組織づくりのための制度化手法（2）価値共有型アプローチ</p> <p>第10回 ケース「AES社の蜂の巣システム」を用いたディスカッション</p> <p>第11回 倫理的な意思決定：「3つのレンズ」、倫理的なリーダーシップ</p> <p>第12回 ケース「ダウ・コーニング社：製品管理」を用いたディスカッション</p> <p>第13回 期末レポートに関する口頭発表と相互フィードバック</p> <p>第14回 まとめ：社会と自身の変革のために</p>

	<p>・担当教員は、民間企業及び各種団体における経営倫理・コンプライアンス・CSRの推進支援（コンサルティング）を、人材マネジメントに関連する領域を中心に行ってきた経験を有する。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業、□ディベート、■その他（ケースメソッド）、□実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>□土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の基準と方法	<p>成績評価の方法・基準</p> <p>・課題レポート 30%</p> <p>毎回の「事前課題」について、該当の「ケース」を読み込んだ上で、課題の指示に基づいて、自分なりに考え、それを的確に記述しているか。期限までに提出しているか。</p> <p>・授業内での挙手発言 30%</p> <p>授業やディスカッションでの態度や発言が、「勇気・礼節・寛容」を踏まえ、クラスを「学びの共同体」にすることに貢献しているか。</p> <p>・期末レポート 40%</p> <p>授業で学習した内容を十分に踏まえたテーマ設定・内容になっているか。一般論ではなく、自らの考察を反映したものになっているか。独自性・論理性を具備しているか。</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>課題に対するフィードバックの方法</p> <p>・授業時間内に、教員及び受講者相互のディスカッションを通じてフィードバックを行う。</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：『ハーバードのケースで学ぶ企業倫理－組織の誠実さを求めて』リン・シャープ・ペイン著 梅津光弘・柴柳英二訳（慶應義塾大学出版会、1999年）</p>
特記事項	<p>教材配布の方法</p> <p>・授業開始前～履修申請期間は、Cplusの「講義照会」で配布をする。</p> <p>・履修確定後は、「教材配布」に、授業日の3日前までにアップロードする。</p> <p>・学習効果上の観点から、授業において、ハンドアウトを配布することがある。</p> <p>・「ケース」は、原則として、テキストに掲載されているものを使用する。ただし、受講者の興味関心・問題意識を鑑み変更する場合がある。その場合は、上記の方法で、授業日の2週間前までに配布をする。</p> <p>課題・宿題の課題テーマの提示</p> <p>・授業ごとの「事前課題」（宿題）については、締め切り1週間前までに課題テーマを提示する。</p>

事前学習

- ・各回の受講にあたっては、テキスト掲載の指定されたケース（20-30 ページ）を読み、「事前課題」に取り組むこと。
- ・「事前課題」は、授業前の期日までに、指定の方法で提出すること。
- ・第13回では、期末レポートの内容について口頭発表を行えるよう、プレゼンテーションの準備をしておくこと。

科目名	ロジカルシンキング・デザインシンキング/デザインシンキング
担当者	平田 智彦
履修条件	
科目の目的・到達目標	<p>VUCA が加速し、正解が無い課題に直面する今。イノベーションを創出する手法として、デザイン・シンキングの期待は拡大している。</p> <p>目的：本科目では、ケーススタディやワークショップを通してデザイン・シンキングで創出する新価値創造と、その評価のプロセスを究明する。</p> <p>目標：ステークホルダの心理変化と成果との関係構造を理解し、デザイン思考を実践可能にすること。</p>
概要	<p>今、企業経営において、パーパス（企業の存在意義）が注目されている。機能や価格では差別化ができない現代においてステークホルダーから「選ばれる」企業になるためには、自らが社会に存在する目的を明確にする必要があるためである。デザイン・シンキングは、「常にヒトを中心に考え、課題を見出し、その課題を解決する仮説を創出して検証・改良を繰り返す」一連のプロセスである。これを企業活動に当てはめてみると、この「ヒト」にはコンテンツの送り手と受け手が存在すると捉えることができる。送り手の意図を汲み取り、受け手の洞察をもとに、最も効果的な方法でその間をつなぐ。その実践ができる存在として、デザイン・シンキングは機能する。企業が、パーパスを社内外含めたステークホルダーに浸透させ、その結果として全てのステークホルダーが能動的に動いていく。その実現を担うデザイン・シンキングの構造を究明していく。</p>
授業計画	<p>第1回 デザイン・シンキングプロセスの構造と罫</p> <p>第2回 バイアスの外し方とケーススタディ</p> <p>第3回 必要な能力の得るために（1）：着観力、アブダクション：統合、リフレーム</p> <p>第4回 必要な能力の得るために（2）：メタファー、先見力、メタ認知、マインドセット</p> <p>第5回 美しい体験価値はどんな手順で創出されたのか</p> <p>第6回 アーキタイプセッション</p> <p>第7回 ブランドアイデンティティとパーパス</p> <p>第8回 パーパスを機能させるデザイン経営</p> <p>第9回 デザイン思考のリサーチ</p> <p>第10回 カスタマージャーニ Map</p> <p>第11回 ファクト/インサイト/仮設設定</p> <p>第12回 シナリオスケッチ演習</p> <p>第13回 プロトタイピングと検証サイクル</p> <p>第14回 問いを立てる/振り返りとディスカッション</p> <p>・教員の実務経験(職歴、本務先)と授業との関連性</p> <p>担当教員：デザイン会社 hyphenate 株式会社の代表取締役。キャノン、ブリヂストンのインハウスデザイン部に在籍後、米国ポートランドに所在するデザインファーム ZIBA DESIGN にてデザイン思考によるデザインコンサルを実践。2006年に東京支社を創立。東京支社は2019年に ZIBA グループを脱退後、hyphenate 株式会社に名称変更。2020年7月 NRI と業務提携して『ロジック思考』と『デザイン思考』とを融合した業務スタイルで、共創を展開中。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション <input checked="" type="checkbox"/>ワークショップ <input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション <p>日曜日対面授業にて実施</p>
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 <input checked="" type="checkbox"/>課題レポート 50% <input checked="" type="checkbox"/>授業内での挙手発言 30% <input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション 20% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>本科目の評価方法は次の3つである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/>授業中の演習への積極的な参加 (30%) <input checked="" type="checkbox"/>全7回のレポート (50%)：レポートは、「実務等への活かし方の具体性」「考察のユニークさ」の視点で評価する。 <input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーションは、いかに「創造性」アプローチしたかを加点視点とする <ul style="list-style-type: none"> ・課題(中間試験やレポート等)に対するフィードバックの方法 <input checked="" type="checkbox"/>授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・ 参考文献等	<p>スライドを作成するので、資料の配布はしません。個人使用として、スクリーンショットや写メを認めますが、SNSでの拡散はNGです。</p> <p>(hyphenateの知財権や、出版コンテンツの可能性があるので)</p> <p>主な参考文献は下記の通りである。</p> <p>『ザ・ファースト・ペンギンス』松波晴人著・平田智彦デザインプロデュース 講談社</p> <p>『ゼロからつくるビジネスモデル』井上達彦著 東洋経済新報社</p>
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップ用教材の配布の方法 <p>教材は、専用のウェブサイトにてダウンロードできるようにする。</p> <p>閲覧のためのパスワードは、授業内で通知する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レポートの提出方法 <p>C plus からレポートを提出できるようにする。</p> <p>※本教科はバイアスに阻害されぬように予習は、参考文献の読書とする。よって、復習の比重が高く、レポートのデザイン意義も工夫の対象として学習する。(詳細は講義内で説明します)</p>

科 目 名	特別講義（ビジネス・コミュニケーション）／ビジネス・コミュニケーション
担 当 者	愛場 吉子
履 修 条 件	レベルは問いませんが、期間中、英語の課題にしっかり取り組めることが条件です
科目の目的 ・到達目標	<p>ビジネス現場に求められる実践英語力、およびコース終了後も自立した学習者として継続できる正しい英語学習法の習得を目指します。</p> <p>科目の目的：The aim of this Business Communication course is to provide students with effective English language communication skills and strategies required to function in the global business environment.</p> <p>到達目標：At the end of this course, students will have a better understanding of how to handle common business situations by communicating effectively in English.</p>
概 要	<p>The Business Communication course will introduce English language and strategies to help low-to-intermediate level learners handle common business situations. This course will develop the four principal skills of English: Reading, Listening, Writing and Speaking. However, the main focus will be the improvement of listening and speaking skills, considering the increasing use of those skills at work in the real business communications. In each lesson, students will work on various input and output activities based on the week's topic and learn by practicing and receiving corrective feedback from the instructor. Students will work both individually and in pairs or teams.</p> <p>The language of instruction is mainly English. Participants are to communicate in English in class, but they are allowed to speak some Japanese and use dictionaries when necessary.</p>
授 業 計 画	<p>第1回 Orientation: Course goals, textbooks, homework, evaluation 英語学習法についての説明</p> <p>第2回 Narration across tenses : Narrating your routine・job responsibilities / Sharing your action plans / Reporting your past events</p> <p>第3回 Telephoning</p> <p>第4回 Reasoning: Stating your preferences or opinions with reasons</p> <p>第5回 Making appointments</p> <p>第6回 Asking questions and making requests</p> <p>第7回 Business trip</p> <p>第8回 Comparison: Comparing two different companies, products, services</p> <p>第9回 Socializing</p> <p>第10回 Agreeing and disagreeing with others</p> <p>第11回 Business meeting</p> <p>第12回 Complaints: Complaining about mistakes, poor service, products, prices</p> <p>第13回 Effective business presentation</p> <p>第14回 Final Review / Final Speaking Assessment</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について</p> <p>2002年4月～2007年10月、富士ゼロックス(現富士フィルム)関連会社のグローバルビジネ</p>

	<p>スグループリーダーとして欧州、米国の製薬業界とのクロスボーダー案件を担当。2011年～2014年、米国の Calvin Klein Inc.のニューヨーク本社に勤務、ライセンス事業に携わる。2014年にビジネス英語の研修会社を共同設立、以降代表取締役 COO として経営を行う。国内外のリアルなビジネスシーンで培った実務ビジネス英語の知見と、30社を超えるグローバル企業でのティーチングおよび英語試験官・評価官としての経験を活かした講義を行う。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■その他（スピーキング練習）</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>■その他（C-Plus を使って、ご自身の課題(ディクテーションおよびスピーキング音声ファイル)をアップロードしていただきます。教材付属の音声をアプリからダウンロードして自己学習いただきます。)</p>
成績評価の基準と方法	<p>成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 40% （毎週のディクテーションとスピーキング）</p> <p>■授業内での挙手発言 20%</p> <p>■期末テスト 30% （スピーキングアセスメント）</p> <p>■小テスト 10% （語彙クイズ）</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>課題：主にディクテーション、ショートスピーチのデータをクラスのレポートフォルダーに各自アップロードいただきます。</p> <p>課題に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設けます</p> <p>期末テスト：最終日にコースで学習した内容を踏まえてお一人ずつスピーキングのアセスメントを実施します。</p>
テキスト・参考文献等	<p><使用テキスト・要購入></p> <p>1) 話せる英語ドリル300文 浅場真紀子・愛場吉子(著)、株式会社アルク 2018/12/25</p> <p>2) 「相手を必ず味方につける英会話のロジック」愛場吉子(著)、アーサー・ウィン(著)、株式会社アルク 2015/7/9</p> <p>3) TOEIC L&R TEST 出る単特急 金のフレーズ (TOEIC TEST 特急シリーズ)、朝日新聞出版 2017/1/6</p> <p><参考文献></p> <p>1) 「一流ビジネスパーソンが無意識にやっている 英語でプレゼン・スピーチ 15 の法則 25 のスライドタイプで鍛える!」愛場吉子(著)、三修社 2017/4/30</p> <p>2) 「話す英語(実戦力徹底トレーニング)」愛場吉子(著)、アルク 2019/1/29</p> <p>3) 「ビジネスがはかどる! 英文 E メールハンドブック」浅場真紀子(著)、旺文社 2018/7/20</p>

	Additional materials may be shared in class.
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> - Each week's homework and handouts will be posted for downloading on the class website. - All the homework will need to be submitted 2 days before the next class (by Friday evening each week). - Participants will need a recording device (smart phone or IC recorder etc.) to record their speaking voice and earphones. <p>・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C-plus に掲載する連絡や課題に必ず取り組んでご出席ください。課題の締め切りは授業の 2 日前（金曜日の夜中）です。</p>

科目名	特別講義（組織開発とチームビルディング）／組織開発とチームビルディング／チームビルディングとリーダーシップ
担当者	露木 恵美子, 大野 宏, 森尾 公仁子
履修条件	「戦略と組織」の受講も合わせて推奨する。
科目の目的・到達目標	<p>◆科目の目的：企業にとって、成果を創出するためにはタスクマネジメントだけではなく、いかに人に関する要素をマネジメントしていくかが重要である。正解がない時代、マネジメントのあり方に大転換が求められているいま、個々の人材の力を引き出し育成していくのみならず、組織・チームなど人と人が相互に関係し合う中で集合システムとしての力をいかに高め創造的に解放していくかは重要である。組織の発達段階を理解し、これからのリーダーとして、どのように自分自身に対し、メンバーに対し、組織に対し関わるのか、どのような「場」が変化を生み出していくのかについて、アクションラーニング（体験をしながらの学び）を通じて新しい視野を獲得し、未来にむかって必要なリーダーの力とは何かについて考えることを目的とする。</p> <p>◆到達目標：クラス内でミニプロジェクトを立ち上げ、職場の創造性を高めるチームビルディングのプロセスを当事者として具体的に体験する。プロジェクトを進めながら、自身の固定観念への気づきと挑戦が組織システムの変化にどのようにインパクトを与えていくのか、他者の変化が組織にどのように変化を及ぼしていくのかを探求する。自身の職場や組織にどのような変化を及ぼしていきたいか、これからのリーダーにとって必要な力は何か持論をまとめる。</p>
概要	<p>働き方改革の必要性が指摘される日本企業において、職場における良好な関係構築がもっとも基本的かつ重要な課題となっている。本講座では、システムコーチング（チームコーチング）の考え方と手法を実践を通して身につけることで、職場における関係性の改善、行動と思考の質の改善、そして結果の出せるチームづくりを疑似体験する。体験型（身体をつかって体感すること）に主眼を置いているので、積極的な参加が望まれる。</p> <p>具体的なプログラムについては、第1回目（イントロダクション）にて説明をする。第1回目は必ず出席すること。</p>
授業計画	<p>第1回 イン트로ダクション</p> <p>第2回 システムコーチングとは？組織文化・関係の質を改善する</p> <p>第3回 システムコーチング手法（1）目標設定</p> <p>第4回 システムコーチング手法（2）アイデアを集める</p> <p>第5回 システムコーチング手法（3）実行する</p> <p>第6回 システムコーチング手法（4）進捗を振り返る</p> <p>第7回 リフレクション</p> <p>第8回 グループ課題に関する討議</p> <p>第9回 システムコーチング手法（5）コンフリクトを扱う</p> <p>第10回 システムコーチング手法（6）見えない壁を感じる</p> <p>第11回 システムコーチング手法（7）関係性を可視化する</p> <p>第12回 システムコーチング手法（8）エッジを超える</p> <p>第13回 復習と総括（1）</p> <p>第14回 復習と総括（2）</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、□フィールドワーク、■PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 30% ■授業内での挙手発言 20% ■グループワーク 20% ■最終レポート 30% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 授業への貢献（発言・行動） 20% チームへの貢献(グループワーク) 20% 事前およびリフレクションレポート（個人課題・原則毎回） 30% 最終レポート（個人） 30% <評価の観点> 1. この授業（場の変化、自走するチーム）への貢献度 2. 自分自身を変えようと努力をしたか？ 3. システム・コーチングの理解度・実践度 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間外でも個別にコメント等のフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	特になし（授業開始時に参考文献を指示する）
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クラス内で当日配布する。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業において提示された課題には必ず取り組むこと。

科 目 名	特別講義（ビジネス交渉術）／ビジネス交渉術
担 当 者	吉田 武史, 高田 昭英, 松本 慶, Christoph Rademacher
履 修 条 件	本講義に特別な履修条件は要求しない。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：交渉における理論と経験の融合 到達目標：実務において実践可能な「より優れた」交渉技術の修得
概 要	<p>真に優れた交渉は、新たなビジネス・ソリューションを生み出し、ビジネスに革新をもたらす。また、交渉は、様々な人間関係の中で日常的に生じ、ビジネスを前進させる上で不可欠の要素である。こうした環境の中、「交渉を制するものは、ビジネスを制する」といっても過言ではない。</p> <p>本講義の目指すものは、交渉における理論と経験の融合である。授業の前半 30 分程度で交渉技術の理論・知識を学び、その後、実践の場として、仮説事例に基づき、受講生同士で交渉演習を行う。交渉演習後には、クラス全体でディスカッションを行い、演習での経験を含め、受講生同士が過去の交渉経験を共有する場を提供する。こうした、学習→実践→経験共有というプロセスを通じ、交渉の展開や効果について先読みする視野を養う機会も提供する。</p> <p>本講義は、交渉学研究において最先端を行く米国ハーバード、米国ノースウェスタン大学ロースクール出身者であり、実際に米国で交渉学を研究してきた者、現在も企業において交渉研修プログラムを提供している者など、交渉に深い修養を持つ日本人弁護士によって担当される。また、ライセンス交渉の授業においては、国際知財紛争解決研究において実績を有する米国スタンフォード大学ロースクール出身者であり、他大学でも交渉について教鞭をとるドイツ人弁護士も担当する。</p> <p>また、授業を担当する弁護士は、それぞれ、紛争解決、M&A、IP/IT 法務の専門家である。そのため、本講義は、交渉術に専門的な知見を加え、実務で即効性のある、より一歩進んだ実践的交渉術を提供する。</p>
授 業 計 画	<p>第 1 回 交渉術の「黄金ルール」を修得する①（吉田）</p> <p>第 2 回 交渉術の「黄金ルール」を修得する②（吉田）</p> <p>第 3 回 黄金ルールからのさらなる展開①（吉田）</p> <p>第 4 回 黄金ルールからのさらなる展開②（吉田）</p> <p>第 5 回 交渉を妨げるノイズを打破する①（吉田）</p> <p>第 6 回 交渉を妨げるノイズを打破する②（吉田）</p> <p>第 7 回 紛争解決における実践的交渉術（吉田）</p> <p>第 8 回 異文化間交渉における実践的交渉術（吉田）</p> <p>第 9 回 ライセンス交渉における実践的交渉術①（Rademacher）</p> <p>第10回 ライセンス交渉における実践的交渉術②（Rademacher）</p> <p>第11回 ライセンス交渉における実践的交渉術③（松本）</p> <p>第12回 ライセンス交渉における実践的交渉術④（松本）</p> <p>第13回 M&A における実践的交渉術①（高田）</p> <p>第14回 M&A における実践的交渉術②（高田）</p> <p>レポート課題提出、個別相談（吉田）</p>

	<p>※本クラスは、交渉演習（グループワーク・実習）、グループディスカッション（ディスカッション）が中心的なクラスとなります。</p> <p>※原則として、各日（2回分）、①講義→②演習→③グループディスカッションの流れで進行する。</p> <p>※例外的に、第1-2回は、シラバス記載の講義、授業全体のスケジュール・進行、成績評価の基準・方法等に関する説明のほか、演習準備方法の解説、演習準備、演習に至るまで1日で実施する。予習は不要である。</p> <p>※また、第14回は、通常講義と異なり、A4表裏1枚のレポート課題の作成・提出を行う。レポート課題の内容は事前に開示され、授業時間終了前であればEメールによる提出も認められる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実務経験のある教員による授業科目である場合、その旨をシラバスに明示してください。 ・アクティブ・ラーニング要素 <ul style="list-style-type: none"> ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICTを活用した）双方型授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の基準と方法	<p>成績評価の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■授業内での挙手発言 30% < 演習参加度 30% > ■グループワーク 20% < クラスディスカッションにおける講義参加度 > ■最終レポート 10% < 最終レポート課題 > ■その他（授業前に提出する「交渉戦略分析シート」） 40% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（提出した交渉分析シートやレポート等）に対するフィードバックの方法 <ul style="list-style-type: none"> □授業時間中、全体の解説を行う他、授業時間に限らず、希望者には個別にフィードバックを行う。
テキスト・参考文献等	<p>①『ハーバード流交渉術』ロジャー・フィッシャー等著（三笠書房、1989年）</p> <p>②『ウォートン流人生のすべてにおいてもっとトクをする新しい交渉術』スチュアート・ダイアモンド著（集英社、2012年）</p> <p>を講義開始前に読んで頂くことをお勧めする。</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の1週間前までにアップロードする。 <p>レポート課題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レポート課題の課題テーマは、レポート課題提出日前日までに提示することとする。

準備学習について【重要】

- ・毎回授業前に、事前に指定された教材に基づいて、演習準備として「交渉分析シート」を作成することが求められる。

科目名	コーチング
担当者	栗津 恭一郎
履修条件	授業内での「演習」と授業外での「実践」に重点を置いていることから、次の2つを履修条件とする。①授業内でのコーチングの「演習」では言葉だけでなく姿勢や表情についても学習するため、ZOOMの「ビデオ」と「オーディオ」をONにし、双方向のコミュニケーションを不自由なく行える環境から授業に参加すること。②授業外での「実践」として、毎週3名に各30分（合計90分）のコーチングを実践し続けること。
科目の目的 ・到達目標	<p>・科目の目的： 知識としてコーチングを理解するだけでなく、基本的なコーチング技術を使いこなす能力を手に入れることを目的とする。</p> <p>・到達目標： 3名以上の相手にコーチングによる行動変容をもたらすことを講義期間中の到達目標とする。</p>
概要	<p>関連する書籍を何冊か読めばコーチングについて「知る」ことは可能だが、コーチングが「できる」ようになるのは容易ではない。コーチングという言葉を知っている人が急速に増えた昨今においても、コーチング技術をビジネスにおいて使いこなしているという人は、残念ながらごく僅かであるのが現状だ。この授業は、優秀な受講生が集まるこの学習環境を活用し、授業内の演習と授業外の実践を通じて受講生1人1人が基本的なコーチング技術を使いこなす能力を手に入れることを目指す、訓練の場でもある。授業を通じて「コーチングとは何か?」「コーチングはなぜ機能するのか?」「コーチングはなぜ万能ではないのか?」を理解し、かつ基本的なコーチング技術を使いこなせるようになることは、受講生がコーチする対象だけでなく、受講生自身を成長させることにもつながる。この授業を終えた後、受講生は「コーチングを使う」ことがビジネスだけでなく日常生活の様々な場面での選択肢の1つになっているはずである。</p>
授業計画	<p>第1回 コーチングとは何か?</p> <p>第2回 コーチングの基本と実践① コーチングを開始する</p> <p>第3回 コーチングの基本と実践② コーチングの構造</p> <p>第4回 コーチングの基本と実践③ 質問の技術</p> <p>第5回 コーチングの基本と実践④ コーチングの障害</p> <p>第6回 コーチングの基本と実践⑤ ペーシングの技術</p> <p>第7回 コーチングの基本と実践⑥ 信頼関係を築く</p> <p>第8回 コーチングの基本と実践⑦ アクノレジメントの技術</p> <p>第9回 コーチングの応用と実践① 個別対応とコーチング</p> <p>第10回 コーチングの応用と実践② 相手を知る</p> <p>第11回 コーチングの応用と実践③ フィードバックの技術</p> <p>第12回 コーチングの応用と実践④ 「視点」を変える</p> <p>第13回 コーチングの応用と実践⑤ 効果的な質問をつくる</p> <p>第14回 コーチングの応用と実践⑥ まとめ、クライアントの成果を測定する</p> <p>・講師の実務経験と授業との関連性 講師は経営者を対象としたエグゼクティブ・コーチングを主な事業とするシンクワイア株式会社の代表取締役社長。国際コーチング連盟認定プロフェッショナルコーチ。京都大学 iPS 研究財団アドバイザー、株式会社 Indigo Blue 社外取締役を兼任。ソニー株式会社に12年間在</p>

	<p>籍（イギリス4年間、ドイツ3年間の駐在含む）し、人事及び経営戦略を経験した後、世界最大級のコーチング・ファームに15年間在籍。取締役兼専務執行役員として100名以上のプロフェッショナルコーチが在籍するグローバル・コーチング事業を統括。2019年シンクワイア株式会社設立。大企業を中心に現在までに200名以上の経営者のコーチを行ってきた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクティブラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、□プレゼンテーション、■実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICTを活用した）双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■授業内での挙手発言 40% ■最終レポート 30% ■その他（授業外の取組み(コーチングの実践)） 30% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 ・成績評価の基準 授業内での挙手発言：授業中の自発的な発言、演習への積極的な参加を基準とする 最終レポート：コーチングに対する理解、コーチング技術の習熟度を基準とする 授業外の取組み（コーチングの実践）：授業外でのコーチング実践量（人数、回数、時間）を基準とする ・課題に対するフィードバックの方法 授業時間外で行うコーチング実践に対しては、授業時間内でフィードバック及び解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：なし 参考文献：なし</p> <p>この授業では、授業内の演習と授業外のコーチング実践を通じて、自分自身で考え、自らの体験を内省し、気づき得ながら学習することを重視する。テキストは使用せず、授業で学んだことを振り返るための資料を授業後にアップデートする。授業内容をさらに理解するために参考になる文献はその都度授業内で紹介する。</p>
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・教材配布の方法について ・授業開始前～履修申請期間はC plusの「講義照会」にアップロードする。 ・履修確定後は「教材配布」にアップロードする。 ・準備学習について ・上記「授業外活動」に記載の通り、自ら選ぶ3名のクライアント（コーチする対象）に対するコーチングの実践

科目名	グローバル経営戦略論
担当者	犬飼 知徳
履修条件	「経営戦略論基礎/経営戦略論」を履修済み（もしくは履修中）であること。
科目の目的・到達目標	科目の目的：グローバルに活動を行う企業の戦略の立案と実行について理解する。 到達目標：グローバル戦略の理論について理解し、それを自らの実践に結び付けて考えること。
概要	この講義は、グローバルな経営戦略の考え方をシンプルに理解し、実際の戦略立案に役立てることを目的としている。この講義では、グローバル経営戦略についての素朴な疑問を理解するための理論やフレームワークを説明し、ケーススタディによって実際に使ってみることで理解の定着を目指す。
授業計画	<p>第1回 イン트로ダクション：日本企業のグローバル化の課題</p> <p>第2回 ビジネスモデルと進出国の配置（レクチャー）</p> <p>第3回 ビジネスモデルと進出国の配置（Case: ユニクロとザラのグローバル配置）</p> <p>第4回 グローバルな知識移転とリバーシ・イノベーション（レクチャー）</p> <p>第5回 グローバルな知識移転とリバーシ・イノベーション（Case: 「第10章 インドで生まれて世界に広がった GE ヘルスケアの携帯型心電計」『リバーシ・イノベーション』）</p> <p>第6回 サービス業のグローバル化（レクチャー）</p> <p>第7回 サービス業のグローバル化（Case: 公文のグローバル化）</p> <p>第8回 標準化と現地化のバランス（レクチャー）</p> <p>第9回 標準化と現地化のバランス（Case: ヤクルト・インドネシアの躍進）</p> <p>第10回 グローバル化とテクノロジーの進歩（Case: LINE のグローバル化）</p> <p>第11回 グローバル化とテクノロジーの進歩（Case: LINE のグローバル化）</p> <p>第12回 ゲスト・スピーカーのセッション（1）</p> <p>第13回 ゲスト・スピーカーのセッション（2）</p> <p>第14回 最終プレゼンテーション</p> <p>*ケーススタディのケースは適宜タイムリーなものに更新するので、実際に用いるものは講義初回に配布もしくは紹介する予定である。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>グループワーク、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL（課題解決型学習）、<input type="checkbox"/>反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他（ ）、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <p>・（ICT を活用した）双方型授業の実施</p> <p>■遠隔授業対応授業、<input type="checkbox"/>クリッカー、<input type="checkbox"/>タブレット端末、<input type="checkbox"/>その他（ ）、<input type="checkbox"/>実施していない。</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p><input type="checkbox"/>授業内での挙手発言 50%</p> <p><input type="checkbox"/>プレゼンテーション 30%</p> <p><input type="checkbox"/>最終レポート 20%</p> <p>合計 100%</p>

	<p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>クラスへの貢献（発言と毎回の事前課題）50% 最終プレゼンテーション 30% 最終レポート 20%の配点で評価する。</p> <p>・<評価基準></p> <p>課題レポート・プレゼンテーション：講義で学んだフレームワークを正しく使用し、分析できているか。分析に深みはあるか。分析が何らかのアクションの提言に繋がっているか。用語は正しく用いられているか。</p> <p>講義への貢献：講義での発言や質問がクラス全体の学びに繋がった回数とその度合い</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p><input type="checkbox"/>授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
<p>テキスト・参考文献等</p>	<p>テキスト：</p> <p>三浦俊彦・丸谷雄一郎・犬飼知徳（2017）『グローバル・マーケティング戦略』有斐閣。</p> <p>ゲマワット，パンカジ（2020）『VUCA時代のグローバル戦略』東洋経済新報社。</p> <p>参考文献：浅川和宏（2011年）『グローバルR&Dマネジメント』慶應義塾大学出版会</p> <p>小田部正明・ヘルセン，クリスティアン（2010年）『国際マーケティング』碩学舎</p>
<p>特記事項</p>	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・毎回授業前にC plusにレジユメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。 <p>また、授業の最後に課題が提示された場合は必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	新興国ビジネス戦略
担 当 者	野間口 隆郎
履 修 条 件	現代社会の経済学/ビジネスエコノミクスを履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的: 新興国における日本企業、日本企業と関係の深い企業の戦略について知見を得るとともに、独自の企業戦略策定の手法を身に着ける。 到達目標: 新興国における企業の制度戦略を学習するとともに、特定のフィールドについて文献、インタビューから得られたデータを用いて、独自の戦略を策定する。
概 要	制度的な不備があり、異質な文化を持つ新興国での日本企業の戦略を、受講生の能動的な学習を促すフィールドラーニングの手法を用いて、検討する。本年は、ICT を活用し WEB を通じたインタビューを行い、具体的な戦略課題に応えるトレーニングを行う。同時にプロジェクト研究での論文執筆の手法を学ぶことも意図している。
授 業 計 画	リフレクションレポートは、前回の講義、授業、講演、インタビューで得られたもの、疑問点を 5～10 行程度で翌週までに毎回提出、いくつかを次の授業開始時に取り上げ、フィードバックする。プレゼンテーションは、グループワークを予定している。 第1回 講義の概要紹介と質的データの扱い方(講義)、戦略フレームワーク(国際マーケティング戦略、サプライチェーン戦略、グローバル R&D、非市場化戦略) 第2回 ゲストスピーカー 第3回 文献紹介とそのプレゼンテーション(ディスカッション)① 第4回 直接インタビュー 第5回 コーディングとは?講義、GW 文献紹介とそのプレゼンテーション(ディスカッション)② 第6回 直接インタビュー 第7回 コーディング宿題 第8回 直接インタビュー 第9回 コーディング宿題 第10回 現地担当者への WEB インタビュー 第11回 講演と文献からリサーチクエスチョンの設定(ディスカッション)データのコーディングから命題の導出・ディスカッション 第12回 直接インタビュー 第13回 データのコーディング読み込み ひな形の提案対象フィールドにおける新興国ビジネス策定① 第14回 対象フィールドにおける新興国ビジネス策定② 補講: 報告会あるいは成果発表大会にて報告 * コーディングは宿題で出す。 * 報告会は成果発表大会に混ぜる。 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL(課題解決型学習)、□反転授業(教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式)、□ディベート、□その他()、□実施していない

	<ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業: ZOOM ■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 20% ■最終レポート 80% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <p>リフレクションレポートにおいては、理解度と授業参加への積極性を評価する(20%)。最終的なプレゼンテーション作成過程での参加の積極性、提案した意見の重要性を評価する(40%)。データのコーディングなど授業中の作業への貢献度を評価する(40%)。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題(中間試験やレポート等)に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト: なし</p> <p>参考文献:</p> <p>Adner/Kapoor (2010) "Value Creation in Innovation Ecosystems" Strategic Management Journal, Vol 31</p> <p>Besanko, D./Dranove, D./Shanley, M./Schaefer, S. (2013), Economics of Strategy, 6th edition</p> <p>CHRISTENSEN, C.M./CARLILE, P.R. (2009) Course Research: Using the Case Method to Build and Teach Management Theory, Academy of Management Learning & Education, 2009, Vol. 8, No. 2, 240-251.</p> <p>ダウマ/シュルルーダー (2007) 『組織の経済学入門』、丹沢他訳、文真堂、2007年4月</p> <p>ネイルバフ B.J./ブランデンバーガー A.M. (1997) 『コーペティション経営』、嶋津祐一/東田啓作訳、1997年2月、日本経済新聞社</p> <p>ポーター, M./クラマー, M.R. (2011) 「経済的価値と社会的価値を同時実現する共通価値の戦略」、2011.06.01 『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー』</p> <p>永島正康(2021) 『グローバル・サプライチェーンにおける新しい製販協働のかたち: 見えない需要に見える需要に』 丸善プラネット 2021年4月</p> <p>三浦俊彦、丸谷雄一郎、犬飼知徳 (2017) 『グローバル・マーケティング戦略』有斐閣、2017年4月</p> <p>浅川和宏 (2011) 『グローバルR&Dマネジメント』慶應義塾大学出版会、2011年11月</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教材の配布方法は未定ですが、事前に連絡する ・アップロードした教材は予習してくることを。 ・質問があれば指定したメール (nomakuchi.193@g.chuo-u.ac.jp) に連絡してください。 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには、テーマを提示することとする。 ・予習・復習等の準備学習について <p>毎回授業前にレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	アジアビジネス論
担 当 者	池部 亮
履 修 条 件	授業内での積極的な発言や質問、個々の問題や事象について自身の意見を述べるができること。
科目の目的 ・到達目標	科目目的：東アジア諸国の経済発展の実態と特色、直面する課題を理解し、日本との関係に留まらず、アジア諸国同士の対外関係についても広い知識を身に着ける。特にグローバル企業のアジア展開の歴史や課題を理解する。 到達目標：東アジア諸国が直面する経済実態を理解し、日本企業にとってのアジアについて展望することができることを目標とする。
概 要	東アジア諸国の経済発展と日本とのビジネス関係の深化を主眼とする。講義の構成は、①アジア地域の主要国・地域における経済発展の過程と実態、②日本を含めた地域の経済統合の進展を学習し、③事例研究では具体的な企業のアジア展開の概要を紹介し、④講義の対象となる国・地域は、中国、香港、台湾、韓国、ASEAN 諸国、南西アジア諸国とする。
授 業 計 画	<p>第1回 東南アジアの歴史と文化と社会の概況 1 第2回 東南アジアの歴史と文化と社会の概況 2 第3回 アジア地域に進出した日系企業が直面する課題 1 第4回 アジア地域に進出した日系企業が直面する課題 2 第5回 アジア地域の経済統合（ASEAN、RCEP、TPP など） 1 第6回 アジア地域の経済統合（ASEAN、RCEP、TPP など） 2 第7回 中国を軸とした国際分業の進展 1 第8回 中国を軸とした国際分業の進展 2 第9回 中国リスクの検証 1 第10回 中国リスクの検証 2 第11回 取引コストと異文化マネジメント 1 第12回 取引コストと異文化マネジメント 2 第13回 個別テーマ研究発表（1人10分）「アジア展開における展望」 1 第14回 個別テーマ研究発表（1人10分）「アジア展開における展望」 2</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （1992年4月～2017年3月、日本貿易振興機構勤務） ベトナムハノイで6年間、中国広州で6年間、日本企業の海外進出支援を行い、法務・労務・税務など事業環境全般に関わるコンサルティングを行ってきた。この経験を活かし、日本企業のアジア進出の課題や展望を論じる。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 <input type="checkbox"/>ディスカッション、<input type="checkbox"/>グループワーク、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL（課題解決型学習）、<input type="checkbox"/>反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他（ ）、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p>

	<p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>□土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>□プレゼンテーション（中間発表） 50%</p> <p>□最終レポート 50%</p> <p>合計 100%</p> <p>※上記の他に授業内での挙手発言 20%とし、挙手発言は加点扱いとして最大 20%を別途配分するとします。</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>個別テーマの研究発表で評価し、授業内での発言も加点する。</p> <p>平常点(中間発表のプレゼン) 50%、課題の最終提出 50%の配分とし、発言の加点は最大 20%とする。</p> <p>中間発表ではプレゼンテーション資料の見易さ、独自性、発表時間の厳守、必要な要素が盛り込まれているかなどを確認する。そこで出された質問やコメントを反映した最終版を提出する。</p> <p>■中間報告の講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・参考文献等	<p>特定のテキストはない。授業ごとにレジメを配布する。</p> <p>参考文献：『アジア経済読本（第4版）』 渡辺 利夫 東洋経済新報社 2009年</p> <p>『分業するアジア』池部亮・藤江秀樹 日本貿易振興機構 2016年</p> <p>『東アジアの国際分業と「華越経済圏」』池部亮、新評論 2013年</p> <p>『ASEANの多国籍企業』牛山隆一、文眞堂、2018</p> <p>授業において、より一層の研究のために別途参考文献を提示する。</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について【重要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前にC plusに掲載するレジメに必ず目を通した上で出席すること。 ・各授業の復習取り組むこと。次回授業でいくつかのポイントを質問する。

科 目 名	イノベーションの実践
担 当 者	生稲 史彦
履 修 条 件	専門基礎科目と専門コアの主要科目を履修済みであること。
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的) この講義の目的は、講義に参加した学生がイノベーションの実践者の話の中から、実践のキーポイントを発見的につかみ取ることである。</p> <p>(到達目標) 講義の到達目標は2つある。 第1は、イノベーションに関する実践知もしくはそのピースを獲得し、現実的な「勘どころ」をつかむことである。 第2は、本講義で得られる情報や知見をきっかけにして、イノベーションの実践への履修者自身の関与を深め、勇気づけることである。</p>
概 要	<p>本講義は、ゲストによるプレゼンテーションと、それに関連したディスカッションとで構成されるオムニバス講義である。イノベーションの実践者を毎回ゲストに招き、ゲストのプレゼンテーションとそれに関連したディスカッションを行うことで、受講者がイノベーションの実戦に向けて知識と意欲を得ることを目指す。</p> <p>この講義ではイノベーションを統一テーマとし、その実践者を外部からのゲスト・スピーカーとして毎回招聘する。イノベーションとは、新技術や新製品の開発、事業創造、新産業創造、国際化、新組織のデザイン、販売チャネル創出、独立・起業などを通じた経済的、社会的価値の創造を意味する。</p> <p>ゲスト・スピーカーは、広義のイノベーションの担い手である。スタートアップ企業を創業した経験を持ついわゆる「アントレプレナー」(起業家)や、既存(大)企業におけるCTOや研究所長、研究開発マネジャーの履歴を持つ方、特定プロジェクトを推進したプロジェクト・リーダーなどが含まれる。いずれも、新しい試みに取り組み、イノベーション・アイデアを正当化して資源を動員する人々である。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 講義の概要紹介と、イノベーションに関する導入的レクチャー</p> <p>第2回 イノベーションに関する導入的レクチャーとグループワーク</p> <p>第3回 ゲストA</p> <p>第4回 ゲストAが提起したトピックに関するディスカッション</p> <p>第5回 ゲストB</p> <p>第6回 ゲストBが提起したトピックに関するディスカッション</p> <p>第7回 ゲストC</p> <p>第8回 ゲストCが提起したトピックに関するディスカッション</p> <p>第9回 ゲストD</p> <p>第10回 ゲストDが提起したトピックに関するディスカッション</p> <p>第11回 ゲストE</p> <p>第12回 ゲストEが提起したトピックに関するディスカッション</p> <p>第13回 ラップアップ</p> <p>第14回 イノベーションの担い手、講義の振り返り</p>

	<p>※講義内容は、受講人数、講義の進捗に応じて変わる可能性があります。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>グループワーク、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL（課題解決型学習）、<input type="checkbox"/>反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他（ ）、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <p>・（ICT を活用した）双方型授業の実施 <input checked="" type="checkbox"/>平日夜間オンライン授業：ZOOM</p>
成績評価の 基準と方法	<p><input type="checkbox"/>授業内での挙手発言 50% 評価基準：発問に対する応答と自身の意見表明を評価する</p> <p><input type="checkbox"/>グループワーク 20% 評価基準：他の学生と協調して学ぶ態度と、講義への貢献を評価する</p> <p><input type="checkbox"/>最終レポート 30% 評価基準：イノベーションについての考察の度合い、独自の視点の有無を評価する</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <input checked="" type="checkbox"/>授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキストは指定しない 講義中、随時、参考文献を紹介する</p> <p>参考文献 榊原清則(2005)『イノベーションの収益化』有斐閣.</p>
特記事項	<p><教材配布の方法について> 毎回の授業で使用するまとまった教材といったものは、この授業については存在しない ただし、講義スケジュールの詳細や、ゲストスピーカーから提供された資料を C plus を通じて提供するので、履修者は予めその文書を受け取り、内容を確認しておくこと。</p> <p><準備学習について> 講義前に C plus で掲載されたレジュメ、資料に必ず目を通して上で出席すること。</p>

科 目 名	技術開発マネジメント論
担 当 者	生稲 史彦
履 修 条 件	経営戦略論の基礎的な科目を履修済みであること。
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的)</p> <p>この科目では、企業経営と技術の関係を理解し、中長期的な視点に立って技術のマネジメントを考える力を身につけることを目的とする。技術の開発もしくは調達をいかに行い、製品サービスを開発して事業化に結びつける過程を考えていく。さらにはイノベーションの実現に向けてどのような取り組みが必要なのかを考えていく。</p> <p>(到達目標)</p> <p>この科目の到達目標は3つある。第1に、技術とその開発のマネジメントを考えるための概念と分析枠組みを理解できるようになる。第2に、身につけた概念と枠組みを用い、自社他社の技術マネジメントを分析し、妥当性を判断する能力を身につけられるようになる。第3に、技術マネジメントに関する検討を踏まえて、自分なりに技術戦略を構想し、実践する力を身につける。</p>
概 要	<p>現代の企業にとって、技術は欠くべからざる要素である。企業は、技術を用いることで製品サービスを創り出し、他社と差別化し、競争優位を構築できる。そのため、多くの企業は戦略的に技術をマネジメントしている。だが同時に、技術の開発と活用には時間が掛かり、不確実性が伴う。それゆえ、技術のマネジメント、とくに技術に関わる戦略の策定には、不確実性に織り込みながら中長期的な視点を保ち、自社の将来にとって必要な取り組みを実行することが求められる。</p> <p>この科目では、技術の開発と活用に関わる戦略を構想し、実行する能力を涵養することを目指す。より具体的には、技術戦略に関する基本知識(概念と分析枠組み)を身につけ、それらを使って理解を深める。さらに、身につけた基礎知識を利用して、自社他社の技術戦略を読み解き、その妥当性を判断する分析力を身につける。最終的には、基礎知識と技術戦略の分析力を活かし、自社にとって望ましい技術戦略を構想する力を身につける。</p> <p>これらの知識や能力を身につけるために、レクチャーと討議を組み合わせで行う。基本的に2回を1セットとし、1セットの半分をレクチャー、半分でケース討議やグループ討議などを行う。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 イン트로ダクション、技術開発マネジメントの導入的議論</p> <p>第2回 <ショート・プレゼンテーション> 自社、自業界における技術開発マネジメントの課題</p> <p>第3回 技術を基盤とした競争優位の確立</p> <p>第4回 <ケース・ディスカッション></p> <p>第5回 開発活動のマネジメント</p> <p>第6回 <ケース・ディスカッション></p> <p>第7回 他社との競争と協調</p> <p>第8回 <ケース・ディスカッション></p> <p>第9回 ICTの活用</p> <p>第10回 <グループワーク> 我が社のICT活用とその課題</p> <p>第11回 イノベーションの実現</p>

	<p>第12回 <ケース・ディスカッション> 第13回 ユーザの役割 第14回 柔軟なビジネスモデルの発想</p> <p>※講義内容は講義の進捗に応じて変わる可能性があります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）
<p>成績評価の 基準と方法</p>	<p>成績評価の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■グループワーク 30% ■最終レポート 70% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>技術経営に関する知識を使って身につけ、実践する力を測るために、レポートを執筆する。レポートには、自身の理解と思考力が反映されるため、評価の70%が当てられる。</p> <p>くわえて、講義では質疑応答やグループワークへの参加が重要である。そのため、30%はこれら进行评估した30%の配点をあてる。</p> <ul style="list-style-type: none"> □グループワーク 30% <p>発問に対する応答、意見表明が妥当であれば、可とする。加えて、他の学生と協調して学ぶ態度明らかであり、クラスに貢献できたと判断すれば、良以上の評価を与える。</p> <ul style="list-style-type: none"> □最終レポート 70% <p>技術戦略についての基礎的な知識が身につけていることが確かめられれば、可とする。くわえて、レポートに含まれた考察が論理立てられており、独自であれば、内容に応じて良以上の評価を与える。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト</p> <p>近能善範、高井文子(2011)『コア・テキストイノベーション・マネジメント』新世社。 生稲史彦、高井文子、野島美保(2021)『コア・テキスト 経営情報論』新世社。</p> <p>参考文献</p> <p>榊原清則(2005)『イノベーションの収益化』有斐閣。</p>

	<p>一橋イノベーション研究センター編(2001)『マネジメント・テキスト イノベーション・マネジメント入門』日本経済新聞出版社.</p> <p>一橋イノベーション研究センター編(2017)『マネジメント・テキスト イノベーション・マネジメント入門 (第2版)』日本経済新聞出版社.</p> <p>延岡健太郎(2006)「MOT 技術経営 入門」日本経済新聞出版社.</p> <p>藤本隆宏(2001)『生産マネジメント入門 (1) 生産システム編 (2) 生産資源・技術管理編』日本経済新聞出版社.</p> <p>清水洋(2019)『野生化するイノベーション—日本経済「失われた20年」を超える』新潮社.</p>
特記事項	<p><課題・宿題の課題テーマの提示について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題を講義中に発表してもらうことがあるので、必ず C plus を通して提出すること。その場合、締め切り1週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・講義でケース分析を行う際には1週間前にはケースを配布するので、必ず事前に読んでくること。 <p><準備学習について></p> <p>毎回の講義前に C plus に掲載する講義資料に必ず目を通した上で出席すること。</p> <p>講義中に提示する課題に必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	デジタル変革時代のサービス戦略
担 当 者	山本 秀男
履 修 条 件	「ICT ガバナンスと企業戦略」を履修していることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	<p>科目の目的：情報通信コミュニケーション技術が、企業のバリューチェーン（Value Chain）や、企業と消費者のコミュニケーション手段としてどのように使われているかを理解し、デジタル変革時代に企業が提供するサービスを考える上で必要となる知識を身につける。</p> <p>到達目標：情報通信のOSI参照モデルにおける下位レイヤーの技術やデータ処理技術の発展に対応して、上位レイヤーの情報流通プラットフォームビジネス、オンラインマーケティング、コンテンツ提供ビジネスなどの展開戦略を策定するための基礎的な手法を身につける。あわせて、最近のAI（人工知能）とIoT（Internet of Things）の急速な発展が既存のビジネスに与える影響についても論じることができるようになる。</p>
概 要	<p>インターネットを活用したビジネスの発展過程を概観し、現在のビジネス環境においてSNS、ビッグデータ、IoTなどを利用するビジネスの展開について考察し、GAF A注)に代表されるデジタル大企業との競争・協調戦略に関する理解を深める。またSNSを実務で利用する効果とリスクについても学ぶ。本科目では、最近のビジネス動向を追いかけるだけでなく、情報通信コミュニケーション技術の発展が企業活動や消費者に及ぼす影響を学び、将来の技術動向に対応した経営戦略に関する知見を深める。</p> <p>注) Google, Apple, Facebook, Amazon.com の略称</p>
授 業 計 画	<p>第1回 講義の概要と紹介：情報通信革命と経営環境の変化</p> <p>第2回 情報の定義と使われ方</p> <p>第3回 情報通信ネットワークの階層化の概念</p> <p>第4回 インターネットの考え方</p> <p>第5回 インターネットビジネスの成功要因</p> <p>第6回 デジタル化による新しいビジネス提供価値</p> <p>第7回 デジタル情報プラットフォームビジネス</p> <p>第8回 フリーのビジネスモデルと今後</p> <p>第9回 AI活用による業務・サービスの高度化※対面開講</p> <p>第10回 デジタル変革時代のAIの戦略的活用を考える※対面開講</p> <p>第11回 ソーシャルメディアマーケティングの概要※対面開講</p> <p>第12回 SNS活用実務(Instagram/Twitter/TikTok など) ※対面開講</p> <p>第13回 コンテンツ提供ビジネスの可能性</p> <p>第14回 デジタル変革時代の企業価値向上・総括</p> <p>・教員の実務経験の本授業への反映</p> <p>1977年4月～2004年3月、日本電信電話公社およびNTTグループ企業において、研究開発、国際標準化活動、新規ビジネス立上げ、ICTシステム構築などを担当した。本授業では、NTT研究所、NTTコミュニケーションズおよびNTTデータでの実務経験を活かし、本授業の各テーマに対して理論と実務の両面から講義を行う。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 ■プレゼンテーション、■ディスカッション、■グループワーク <ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の基準と方法 □課題レポート 45% □授業内での挙手発言 10% □参加者による相互評価 5% □プレゼンテーション 10% □最終レポート 25% □その他(ミニットペーパー、感想の記述内容) 5% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <ul style="list-style-type: none"> ・課題レポート：(用語の定義や理解が適切か、論理的な記述になっているか、独自の視点があるかを評価基準とする) ・授業内での挙手発言：(質問の内容、質問に対する応答、意見表明、グループワーク等で他の受講生と協調して学ぶ態度) ・プレゼンテーション：(発表内容と態度、質問に対する応答) ・ミニットペーパー、感想等の提出 <ul style="list-style-type: none"> ・課題レポートに対するフィードバックの方法 メールまたは授業時間内に学生によるプレゼンテーションと解説の時間を設定する。
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：なし。毎回レジユメを配布する。</p> <p>参考文献：</p> <p>Kenneth C. Laudon and Carol Guercio Traver: 『E-commerce: Business, Technology, Society』(Prentice Hall College Div; 3rd edition Pearson Education International, 2006)</p> <p>國領二郎『オープンアーキテクチャ戦略』(ダイヤモンド社、1999)</p> <p>青木利晴編著『効率化から価値創造へ』(NTT 出版、2004)</p> <p>今井賢一『創造的破壊とは何か 日本産業の再挑戦』(東洋経済新報社、2008)</p> <p>情報処理学会歴史特別委員会『日本のコンピュータ史』(オーム社、2010)</p> <p>國領二郎『創発経営のプラットフォーム-協働の情報基盤づくり』(日本経済新聞出版社、2011)</p> <p>オスターワルダー&ピニョール『ビジネスモデル・ジェネレーション』翔泳社(2012)</p> <p>中村伊知哉著『コンテンツと国家戦略 一ソフトパワーと日本再興 ソフトパワーと日本再興』(角川書店、2013)</p> <p>T.ダベンポート『データ・アナリティクス 3.0 ビッグデータ超先進企業の挑戦』日経 BP 社(2014)</p> <p>エリック・ブリニョルフソン、アンドリュー・マカフィー『ザ・セカンド・マシン・エイジ』(日経 BP 社、2015)</p> <p>サリム・イスマイル他『シンギュラリティ大学が教える飛躍する方法』(日経 BP 社、2015)</p> <p>オスターワルダー他『バリュー・プロポジション・デザイン』翔泳社(2015)</p> <p>マイケル・ウェイド他『対デジタル・デスクラプター戦略』日本経済新聞社(2017)</p>

	<p>チャールズ・A. オライリー, マイケル・L. タッシュマン他『両利きの経営』東洋経済新報社(2019)</p> <p>J.ハスケル、S.ウェストレイク『無形資産が経済を支配する』東洋経済新報社(2020)</p> <p>平成 28 年度『情報通信白書』総務省編(2016)</p> <p>平成 29 年度『情報通信白書』総務省編(2017)</p> <p>平成 30 年度『情報通信白書』総務省編(2018)</p> <p>令和元年度『情報通信白書』総務省編(2019)</p> <p>令和 2 年度『情報通信白書』総務省編(2020)</p> <p>令和 3 年版『情報通信白書』総務省編(2021)</p> <p>経済産業省「DX レポート」(2018)</p> <p>経済産業省「DX レポート 2 (中間とりまとめ)」(2020)、「追補版」(2021)</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業 3 日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・毎回授業前に C plus にレジユメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。また、授業の最後に課題が提示された場合は必ず取り組むこと。

科目名	プログラムマネジメント
担当者	山本 秀男
履修条件	特になし
科目の目的・到達目標	<p>目的：企業の経営戦略を実現するプロジェクト（特命業務）のマネジメントと実務上の課題を整理し、組織的にイノベーション活動を円滑に進めるための基本的な考え方を身につける。</p> <p>目標：経営戦略と戦略プロジェクトを結びつけるプログラムの概念を理解し、組織の価値創造活動のマネジメントに関して事例を交えて論じることができることを目標とする。</p>
概要	<p>プラント建設や資源開発プロジェクトは、明確な目標（実現機能・実行期間・費用など）のもとに開始されるが、新たなビジネスモデル構築や研究開発などのプロジェクト（価値創造活動）では、初期段階で大枠の方針のみしか与えられないことが多い。そのような大枠の方針しか与えられなかった場合、組織の戦略とプロジェクトの接続を図り、企業価値を高めるための施策を考えることからスタートしなければならない。プログラムは、プロジェクトの上位の概念であり、価値創造活動を3つのフェーズに分けている。初期段階（スキームモデル）では組織の「あるべき姿」と事業戦略から価値創造のためのシナリオと目標の設計を行う。第2段階（システムモデル）では初期段階で定めた目標をプロジェクトマネジメント手法に従って実現し、第3段階（サービスモデル）で、プログラム開始時点で想定した価値を獲得するための施策を実行する。本授業では、3段階のマネジメントプロセスを学び、リーダーシップと目標管理の両者を融合させたミドルマネジャーが身につけるべき能力について検討する。また、不確実な経営環境において商品の開発手法として注目され始めたアジャイル開発プロジェクトのマネジメントについても学ぶ。</p>
授業計画	<p>第1回 講義の概要説明、プログラムマネジメントとは何か？</p> <p>第2回 プロジェクトマネジメント発展の歴史</p> <p>第3回 PM標準対応のプロジェクトマネジメントの体系</p> <p>第4回 プロジェクトの失敗事例を考える（ICTシステムを中心に）</p> <p>第5回 課題解決型プロジェクトと価値創造型プロジェクト</p> <p>第6回 イノベーションを支援するプロジェクトマネジメント</p> <p>第7回 共創戦略のプログラムマネジメントの実践～ベンチャー企業による IoT イノベーションビジネス構築の事例～ ※対面開講</p> <p>第8回 ビジネスモデル開発の進め方～事業コンセプト、ビジネスプロセスモデル、収益モデルの設計～ ※対面開講</p> <p>第9回 プログラム遂行時のリスク管理の考え方</p> <p>第10回 エコシステムを考慮したビジネスモデルの作成</p> <p>第11回 国家プロジェクト・技術開発マネジメントへの適用 ※対面開講</p> <p>第12回 研究・技術開発の目標設定と人材育成 ※対面開講</p> <p>第13回 マンガケースによる討論「がんばれリーダー」</p> <p>第14回 討論「プログラムマネジャーの育成と実践」・総括</p> <p>・教員の実務経験の反映</p> <p>1977年4月～2004年3月、日本電信電話公社およびNTTグループ企業において、研究開発、人事・育成、国際標準化活動、新規ビジネス立上げ、ICTシステム構築などを担当した。</p>

	<p>本授業では、NTT 研究所、NTT アメリカ、NTT コミュニケーションズでの実務経験、ならびに、現在の国際 P2M 学会の活動を活かし、本授業の各回のテーマに対して理論と実務の両面から授業を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 ■プレゼンテーション、■ディスカッション、■グループワーク <p>・(ICT を活用した) 双方型授業の実施</p> ■平日夜間オンライン授業：ZOOM (一部対面開講実施)
<p>成績評価の 基準と方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の基準と方法 □課題レポート 35% □授業内での挙手発言 5% □グループワーク 15% □プレゼンテーション 10% □最終レポート 30% □その他 (ミニットペーパー、感想の記述内容) 5% 合計 100% <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題レポート：(用語の定義や理解が適切か、論理的な記述になっているか、独自の視点があるかを評価基準とする) ・授業内での挙手発言・グループワーク：(質問の内容、質問に対する応答、意見表明、グループワークにおける他の受講生と協調して学ぶ態度) ・プレゼンテーション：(発表内容と態度、質問に対する応答) ・ミニットペーパー、感想など <p>・課題レポートに対するフィードバックの方法</p> <p>授業時間内に学生によるグループワークおよびプレゼンテーションと解説の時間を設定する。</p>
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト：なし。毎回の授業でレジユメを配布し参考資料を紹介する。</p> <p>参考文献等：</p> <p>小原重信編著『P2M プログラム&プロジェクトマネジメント標準ガイドブック』, PHP 研究所 (2003)</p> <p>S. Ohara and T. Asada: Edition “Japanese Project Management KPM-Innovation, Development and Improvement”, World Scientific Publishing, 2009</p> <p>山本秀男「不確実な環境下の価値創造マネジメント」国際 P2M 学会論文誌, Vol.4, No.1, pp.17-26, 2009</p> <p>A Guide to the Project Management Body of Knowledge Fifth Edition (PMBOK® Guide) (2013)</p> <p>A Guide to the Project Management Body of Knowledge Sixth Edition (PMBOK® Guide) (2017)</p> <p>A Guide to the Project Management Body of Knowledge Seventh Edition (PMBOK® Guide) (2021)</p> <p>吉田邦夫・山本秀男編著『イノベーションを確実に遂行する 実践プログラムマネジメント』日刊工業新聞社 (2014)</p>

	<p>亀山秀雄「科学技術イノベーションにおける価値創造プロセスと P2M」国際 P2M 学会論文誌, Vol.10, No.2, pp.193-204, 2016</p> <p>亀山秀雄「ロジックモデルの歴史と P2M 理論への応用」P2M マガジン創刊号 No.1, pp.21-30,2016 http://www.iap2m.org/p2m_magazineinfor.html</p> <p>P2M マガジン 1 号 http://www.iap2m.org/p2m_magazineinfor1.html、2 号 http://www.iap2m.org/p2m_magazineinfor.html</p> <p>山本秀男「P2M 理論の拡張に関する考察 ～実践的設計論の導入～」国際 P2M 学会論文誌, Vol.13 No.2 pp. 26-45, 2019</p> <p>山本秀男「Management of projects that involve people with different perceptions of what constitutes 'value' (邦題：多様な価値観の関係者が存在するプロジェクトのマネジメント)」国際 P2M 学会論文誌, Vol.14 No.1 pp.456-466, 2019</p> <p>山本秀男：「デジタル経済環境における技術開発プログラムマネジメントの考察」国際 P2M 学会論文誌, Vol.16 No.1 pp. 1-16, 2021</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の 3 日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示することとする。 ・予習・復習等の準備学習について <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	戦略とゲーム理論
担 当 者	松八重 泰輔
履 修 条 件	特にないが、数学的議論も多少はあるので、数学にアレルギーがないことが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	<p>科目の目的：ゲーム理論と実験ゲーム理論、行動経済学等で議論されている目的：ゲーム理論と実験ゲーム理論、行動経済学等で議論されている内容を理解し、その知見を応用できる力を涵養すること。</p> <p>到達目標：ビジネス上で発生する様々な現象をゲーム理論や行動経済学のセンスで思考できる能力を身につける。</p>
概 要	<p>今日、ゲーム理論の応用範囲はきわめて広いので、それがどのような分野に役立つのかを言うことが難しいほどである。企業経営においてもゲーム理論の応用は、たとえば「組織と契約の経済学」などに結実している。こうした分野を学習することは、これまでとは違う物の見方を与えてくれるはずである。</p> <p>この講義では、ゲーム理論の基本的概念や基礎的内容を学びつつ、それと並行しながら、ゲーム理論を企業経営におけるさまざまな事象の理解の深化に結びつけるような内容をレクチャーしていく。たとえば、競争戦略、企業組織の望ましい設計の仕方、市場における制度的イノベーションなどである。</p> <p>また最近発展してきた実験経済学や行動経済学などの知見も現実の経営に役立つことが多いはずである。たとえば従来とは異なる人間観がそこで立ち上がりつつあることや、人間と人工物とのかかわりに関する見方の変遷などは知っておくべきことだと思われるので、その内容も適宜解説する。</p> <p>より具体的には、まず易しい教科書を用いて、伝統的なゲーム理論の基本的部分を学習して「戦略的思考」というものに慣れてもらう。</p> <p>それと同時に、私自身のレジユメを用いつつ組織と契約の経済学への応用についても触れる。文脈に応じて、現実の人間行動に関する最近の研究について言及する。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 イン트로ダクション：ゲーム理論の広がりとお実験経済学、行動経済学の見取り図</p> <p>第2回 ゲームの例、戦略型ゲームの定義と支配された戦略</p> <p>第3回 日常的なゲームの例とナッシュ均衡 展開型ゲーム、展開型ゲームにおける戦略の定義と部分ゲーム完全均衡</p> <p>第4回 コミットメントの価値と交渉力、情報の有無と有利不利</p> <p>第5回 限定合理性が引き起こす組織・契約の諸問題、不完備契約の理論と財産権</p> <p>第6回 繰り返しゲームと関係的契約の理論</p> <p>第7回 繰り返し囚人のジレンマゲームと人間の強い意味の互惠性</p> <p>第8回 不完備情報ゲームの定義とベイズ・ナッシュ均衡</p> <p>第9回 オークション理論について(1)</p> <p>第10回 オークション理論について(2)</p> <p>第11回 インセンティブ契約について(1)</p> <p>第12回 インセンティブ契約について(2)</p> <p>第13回 マーケット・デザインの理論</p> <p>第14回 学校選択制とその発展</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 公正取引委員会競争政策研究センターにおいて、ゲーム理論をもちいて独占禁止法の改正に携わった。 ・アクティブ・ラーニング要素 <ul style="list-style-type: none"> ■ディスカッション、■グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 <ul style="list-style-type: none"> ■授業内での挙手発言 40% ■最終レポート 60% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 レポートの割合：60% 評価基準：ゲーム理論で用いる概念の正確な理解と、その概念を適切に応用できるかを評価基準とする。 ・授業への貢献点の割合：40% 評価基準：授業への参加・貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）、ミニットペーパー等の提出を基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <ul style="list-style-type: none"> □授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<p>参考文献：天谷研一『ゲーム理論入門』（日本能率協会マネジメントセンター）</p> <p>参考文献：ハーバート・ギンタス『ゲーム理論による社会科学の統合』（NTT 出版）</p> <p style="padding-left: 40px;">ジョン・マクミラン 『経営戦略のゲーム理論』（有斐閣）</p> <p style="padding-left: 40px;">ジョン・マクミラン 『市場を創る』（NTT 出版）</p>
特記事項	<p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前に前回の講義内容を復習しておく。 ・必ず問題意識を一つはもって講義に望むこと。

科目名	アライアンス戦略論
担当者	安田 洋史
履修条件	「経営戦略論基礎」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：アライアンスおよび M&A の経営理論的な理解を深めるとともに具体的な実践手法を習得することを目的とする。 到達目標：アライアンスおよび M&A を軸にした経営戦略を立案し遂行できるようになることを到達目標とする。
概要	企業経営において行われるアライアンスおよび M&A について理論および実践の両面から論じる。アライアンスおよび M&A の定義や理論的根拠を明確にしたうえで、具体的形態や分析のためのフレームワークを提示する。実践面からはアライアンスおよび M&A を進めるステップ、相手企業との交渉方法や取り決めるべき主要条件、成功に導くための留意点などを論じる。具体的な事例のケース分析を行うとともに、関連分野の研究論文も参照する。
授業計画	<p>第1回 インTRODクシヨン： なぜ今、アライアンスか</p> <p>第2回 アライアンスの定義と分類： アライアンスとは何か</p> <p>第3回 アライアンスの理論： 企業はなぜアライアンスを行うのか</p> <p>第4回 アライアンスの形態： どのような種類のアライアンスがあるか</p> <p>第5回 アライアンス・マトリックス： アライアンスをどのように分析するか</p> <p>第6回 戦略立案とパートナー選定： 最適な相手をどのように選ぶか</p> <p>第7回 条件交渉とアライアンス契約書： パートナーと何を合意するか</p> <p>第8回 ディスカッション(1)</p> <p>第9回 アライアンス・ガバナンスの設計： パートナーをどのように統治するか</p> <p>第10回 プロジェクト運営とアライアンス能力： アライアンスを成功させる力とは何か</p> <p>第11回 アライアンスの終結と評価： アライアンスをどのように終えるか</p> <p>第12回 ディスカッション(2)</p> <p>第13回 合弁会社（ジョイント・ベンチャー）： 強い絆をどのように作るか</p> <p>第14回 M&A： M&A とアライアンスをどのように使い分けるか</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 1979年4月～2010年3月、株式会社東芝勤務。アライアンス・M&Aの実務を担当。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p> <p>□平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p> <p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 30%</p> <p>■授業内での挙手発言 40%</p>

	<p>■最終レポート 30% 合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>レポートは主張の明確さ、主張の論理性、ドキュメントの Quality に基づき総合的に評価する。授業内の発言は知見の提供、意見の表明に基づき総合的に評価する。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・参考文献等	安田洋史 『新版 アライアンス戦略論』（NTT 出版、2016 年）
特記事項	<p>■教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講義レジュメを各回授業開始時に配布する。 <p>■レポート・課題のテーマについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・初回講義および適宜授業内で説明する。 <p>■準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テキストの該当する章を参考にしてください。

科 目 名	アントレプレナーシップとベンチャービジネス/ベンチャービジネス論
担 当 者	新藤 晴臣
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<p>科目の目的：本科目では、ベンチャービジネス論の中核となる「アントレプレナーシップ」の理論について考えることを目的とする。アントレプレナーシップは「起業家活動」と訳され、アントレプレナー、起業機会、経営資源、事業コンセプトにより構成される。本科目ではこれら構成要素の論点を理解するほか、そのダイナミックな相互作用を学んでいく。</p> <p>また本科目ではベンチャービジネスの多様性も紹介する。具体的には、大学発ベンチャーに代表される技術との関係、コーポレート・アントレプレナーシップに代表される大企業との関係も議論する。</p> <p>到達目標：本講義は、以下の2点を到達目標とする。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.講義を通じ、アントレプレナーシップの理論を理解する。 2.ケーススタディーを通じ、ベンチャービジネスの経営課題とその対処について理解する。
概 要	<p>上記目標を達成するため本講義は、①理論学習、②ケーススタディー、という2つの方法を用いる。①理論学習では、アントレプレナーシップの理論を理解するために、講義形式の授業を行う。②ケーススタディーでは、アントレプレナーの立場から、経営課題の対処について議論を行う。これらを通じて、理論を統合的に使い、ベンチャービジネスとアントレプレナーシップを具体的に考えるスキルを身につける。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 アントレプレナーとは何か</p> <p>第2回 ベンチャー企業とは何か</p> <p>第3回 ケース1：アントレプレナーのケース(1)：(グループ討議)</p> <p>第4回 ケース1：アントレプレナーのケース(2)：(個別討議・まとめ)</p> <p>第5回 アントレプレナーシップとは何か(経済学的アプローチ)</p> <p>第6回 アントレプレナーシップとは何か(経営学的アプローチ)</p> <p>第7回 ケース2：アントレプレナーシップのケース(1)：(グループ討議)</p> <p>第8回 ケース2：アントレプレナーシップのケース(2)：(個別討議・まとめ)</p> <p>第9回 大学発ベンチャーと産学連携</p> <p>第10回 バイオベンチャーとは何か</p> <p>第11回 コーポレート・アントレプレナーシップ</p> <p>第12回 コーポレート・ベンチャリング</p> <p>第13回 ケース3：コーポレート・ベンチャリングのケース(1)：(グループ討議)</p> <p>第14回 ケース3：コーポレート・ベンチャリングのケース(2)：(個別討議・まとめ)</p> <p>ソフトバンクのコーポレート・アントレプレナーシップ</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□その他()</p> <p>・(ICTを活用した)双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p>

	<p>■土日対面授業実施 <input type="checkbox"/>クリッカー、<input type="checkbox"/>タブレット端末、<input type="checkbox"/>その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法 ■課題レポート 70% ■授業内での挙手発言 30% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・成績評価の基準 ・課題レポート：授業計画に「ケース」と書かれた部分で出される宿題（全3回）により、評価を行う。宿題の評価に際しては、講義で使用した理論やフレームの適正な使用や提出時期などに応じて、評価を行う。 ・授業内での挙手発言：各回で授業内での発言を求め、その解答に対して、クラス全体の学びにつながる度合いに応じて「ポイント」を付与する。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト： 『アントレプレナーの戦略論』 新藤晴臣（中央経済社、2015年） 『コーポレート・アントレプレナーシップ』 新藤晴臣（日本評論社、2021年）</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について ・テキスト以外の配布資料は、C plus で配布を行う。</p> <p>課題・宿題の課題テーマを提示について ・ケースの課題は、授業内で指示する。</p> <p>準備学習について ・授業で提示する課題を必ず取り組むこと。 ・理論の詳細は講義で説明するが、テキストをある程度、事前に読んでおくことが望ましい。</p>

科 目 名	中小企業論
担 当 者	鹿住 倫世
履 修 条 件	必須ではないが、経営戦略、マーケティングに関する科目を履修していることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目目的：日本の法人、個人事業の99.7%を占める中小企業について、経営の特徴や課題、成長・発展の要因、中小企業政策について、実際の企業事例を通じて学修し、理解する。 到達目標：中小企業の経営戦略、マーケティング、人的資源管理、研究開発、事業承継、財務等に関する大企業との相違を理解し、中小企業経営者および中小企業支援者に必要な知識を修得する。
概 要	一般に「経営戦略論」や「マーケティング論」、「人的資源管理論」で論じられているのは、大企業における経営戦略等である。しかし、人材や資金が少ない中小企業においては、それらをそのまま適用することはできない。この授業では、実際の中小企業の事例を題材に、制約を克服して成長する中小企業の経営の特徴、課題について学ぶ。特に、ほとんどが同族経営、ファミリービジネスである中小企業のコーポレートガバナンスや事業承継についても理解を深める。また中小企業の成長・発展を支援する中小企業政策についても学ぶ。
授 業 計 画	<p>第1回 インTRODakション：中小企業を学ぶ意義、授業の進め方</p> <p>第2回 中小企業の定義と経済、産業における位置づけ、役割</p> <p>第3回 中小企業の経営戦略とマーケティング</p> <p>第4回 中小企業のグローバル展開</p> <p>第5回 中小企業の技術</p> <p>第6回 中小企業の研究開発</p> <p>第7回 中小企業の人的資源管理と組織</p> <p>第8回 中小企業の経営管理</p> <p>第9回 ファミリービジネスの特徴</p> <p>第10回 中小企業の事業承継</p> <p>第11回 中小企業の財務</p> <p>第12回 中小企業の組織化と連携</p> <p>第13回 中小企業政策の変遷と体系</p> <p>第14回 中小企業政策の活用</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （1986年4月～2001年3月、中小企業事業団（現・（独）中小企業基盤整備機構）勤務。中小企業への支援や政策の企画立案を担当した。）</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□その他（ ）</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>

成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■授業内での挙手発言 20% ■プレゼンテーション 20% ■最終レポート 60% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <p>成績評価の基準</p> <ul style="list-style-type: none"> ・最終レポート：中小企業の経営の特徴および中小企業政策の理解度、実務に即した視点、分析的視点、考察の論理性、記述の正確性 ・授業内での挙手発言：発言内容の適切性、他の学生への貢献度 ・プレゼンテーション：事例内容の適切性、資料の見やすさ、論点の明確さ <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <ul style="list-style-type: none"> □授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：なし。毎回、レジュメを配布する。</p> <p>参考文献：</p> <ul style="list-style-type: none"> 中小企業庁編『中小企業白書』各年版 清成忠男（2009）『日本中小企業政策史』有斐閣 後藤康雄（2014）『中小企業のマクロ・パフォーマンス』日本経済新聞社 黒崎誠（2015）『世界に冠たる中小企業』講談社（講談社現代新書） 中沢孝夫（2012）『グローバル化と中小企業』筑摩書房 江島由裕（2018）『小さな会社の大きな力』中央経済社 森川正之（2014）『サービス産業の生産性分析』日本評論社
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について【重要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前にC plusに掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること。 ・担当する事例発表について、必ず取り組むこと。発表を担当しない場合も、当該テーマについて参考資料やウェブサイトなどを参照しておくこと。

科 目 名	ヘルスケアビジネス入門
担 当 者	真野 俊樹
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的) 医療業界を解きほぐしながら、ビジネスとしての医療を学び、現業の改善や新たなチャンスを探る機会とする。医療経営や医療関連産業に携わるための能力を育成する。</p> <p>(到達目標) 当該講座では、医療分野に内部と外部から関心を持つ者を対象にし、実務経験を持つ講師が複雑な業界を解きほぐして現業や新たなチャンスを探る機会とし、講義内では議論を多く行い、課題の解決策を見つける。</p>
概 要	<p>年々の医療介護費用の増加は 2 兆円を超す。これをコストとみればマイナスであるが、市場の広がりともみれば大きなチャンスともいえる。一方、倫理的な部分や規制が多い業種であるがゆえに、その中で生きていくにはかなりの修練が必要になる。</p> <p>講義内では議論を多く行い、課題の解決策を見つける。</p>
授 業 計 画	<p>第1回：自己紹介、医療制度概要 第2回：医療制度詳細 第3回：海外の医療との比較概要 第4回：海外の医療との比較詳細 第5回：病院経営概要 外部講師 第6回：病院経営詳細 外部講師 第7回：医療経済学概要 第8回：医療マーケティング概要 外部講師 第9回：医療マーケティング詳細 外部講師 第10回：学生に与えた課題発表（1） 第11回：学生に与えた課題発表（2） 第12回：学生に与えた課題発表（3） 第13回：学生に与えた課題発表（4） 第14回：学生に与えた課題発表（5）</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について</p> <p>教員の実務経験は、医療現場、製薬産業、医療製薬ベンチャー支援などヘルスケア分野ほぼ全般にわたり広範である。実務経験を持つ講師が、経験を生かし複雑な業界を解きほぐして現業や新たなチャンスを探る機会とし、講義内では議論を多く行い、課題の解決策を見つける。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・(ICT を活用した) 双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>

<p>成績評価の 基準と方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 成績評価の方法 ○課題レポート 50% ○授業内での挙手発言 20% ○プレゼンテーション 30% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <ul style="list-style-type: none"> ■課題レポート 50% PPT での提出とする。内容については新規性、論理性を勘案する。 <ul style="list-style-type: none"> ■授業内での挙手発言 20% 授業への参加・貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）を基準とする <ul style="list-style-type: none"> ■プレゼンテーション 30% 内容については新規性、説得力を勘案し、プレゼンテーションのスタイルも評価する <ul style="list-style-type: none"> ・ 課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ○授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト：「はじめての医療経営論」（有斐閣）</p> <p>参考文献：「入門医療経済学」（中公新書）、「入門医療政策」（中公新書）、「医療が日本の主力商品になる」（ディスカバー携書）、「比較医療政策」（ミネルバ書房）、「医療経済学で読み解く医療のモンダイ」（医学書院）、「日本の医療、くらべてみたら 10 勝 5 敗 3 分けて世界一」（講談社+α 新書）</p>
<p>特記事項</p>	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・ 履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・ 授業日の 3 日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること。 ・ 課題に必ず取り組むこと。

科目名	高齢社会ビジネス
担当者	真野 俊樹
履修条件	特になし。
科目の目的・到達目標	(目的) 超高齢社会を迎え、それをいかに解決していくかを考える。 (到達目標) 本講義では、世界に例を見ない超高齢社会において、解決策は難しいが、どのようなビジネスが求められているのかを模索してみたい。そして、その端緒を思いつくようにしたい。
概要	超高齢社会を迎え、高齢者の生活もすべて包含していこうという趣旨のもとで地域包括ケアの概念が厚生労働省から提唱され今や国策となった。見方を変えれば、医療分野はコアの国民医療費の部分のみで 40 兆円超、周辺を入れればその 2 倍にもなろうかという巨大な産業分野になっている。介護分野ももはや 10 兆円産業である。一方、生産年齢減少に伴い健康経営が注目され、高齢者も勤労を継続するという流れになってきている。また、高齢者のニーズにこたえ新たな市場を創出するという試みもなされている。その概要を模索する。
授業計画	<p>第 1 回：自己紹介、高齢社会概要</p> <p>第 2 回：地域包括ケア</p> <p>第 3 回：課題図書 エイジノミクスで日本は甦る について考えるワークショップ</p> <p>第 4 回：課題図書 エイジノミクスで日本は甦る について議論</p> <p>第 5 回：外部講師 街づくりについての課題提出</p> <p>第 6 回：外部講師 街づくりについての課題議論</p> <p>第 7 回：外部講師 高齢化対応についての課題抽出</p> <p>第 8 回：外部講師 高齢化対応についての課題議論</p> <p>第 9 回：学生に与えた課題発表 (1)</p> <p>第 10 回：学生に与えた課題発表 (2)</p> <p>第 11 回：学生に与えた課題発表 (3)</p> <p>第 12 回：学生に与えた課題発表 (4)</p> <p>第 13 回：学生に与えた課題発表 (5)</p> <p>第 14 回：学生に与えた課題発表 (6)</p> <p>教員の実務経験は、医療現場、製薬産業、医療製薬ベンチャー支援などヘルスケア分野ほぼ全般にわたり広範である。このように豊富な実務経験を持つ講師が複雑な業界を解きほぐして現業や新たなチャンスを探る機会とし、講義内では議論を多く行い、課題の解決策をみつける。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p><input type="checkbox"/>土日対面授業実施</p> <p><input type="checkbox"/>クリッカー、<input type="checkbox"/>タブレット端末、<input type="checkbox"/>その他 ()</p>
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 <input type="checkbox"/>課題レポート 50% <input type="checkbox"/>授業内での挙手発言 20% <input type="checkbox"/>プレゼンテーション 30%

	<p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>■課題レポート 50%</p> <p>PPTでの提出とする。内容については新規性、論理性を勘案する。</p> <p>■授業内での挙手発言 20%</p> <p>授業への参加・貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）を基準とする</p> <p>■プレゼンテーション 30%</p> <p>内容については新規性、説得力を勘案し、プレゼンテーションのスタイルも評価する</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>□授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト「エイジノミクスで日本は甦る」（NHK 出版新書）</p> <p>参考文献「人事・管理職のためのメンタルヘルスマネジメント」（ダイヤモンド社）「医療危機—高齢社会とイノベーション」（中公新書）</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 <p>書籍（エイジノミクスで日本は甦る、がんで死ぬ県 死なない県）は各自購入</p> <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前にC plusに掲載するレジюмеに必ず目を通した上で出席すること。 ・授業の最後に提示する課題に必ず取り組むこと。

科 目 名	ヘルスケア産業論
担 当 者	真野 俊樹
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	(科目の目的) 事例をとおして医療業界を解きほぐしながら、ビジネスとしての医療を学び、 現業の改善や新たなチャンスを探る機会とする。 (到達目標) 医療経営や医療関連産業に携わるための実践的な能力を育成する。
概 要	医療分野はコアの国民医療費の部分のみで 40 兆円超、周辺を入れればその 2 倍にもなるうか という巨大な産業分野になっている。介護分野ももはや 10 兆円産業である。本講義ではフイ ールドラーニングの一環として病院がどのように考えているのか、何が問題なのか、ヘルスケ ア産業が何を考えているのかを学び、解決方法を考えることで、お互いの学びにしたい。
授 業 計 画	<p>第 1 回：病院（関連企業）からの総論プレゼン 第 2 回：病院（関連企業）からの詳細プレゼン、課題抽出 第 3 回：医療関連企業ケース 第 4 回：課題解決策の議論 第 5 回：製薬関連企業の課題抽出 第 6 回：製薬関連企業について議論 第 7 回：医療関連企業からの総論プレゼン 第 8 回：医療関連企業からの詳細プレゼン、課題抽出 第 9 回：学生と医療ビジネスについて議論（1） 第 10 回：学生と医療ビジネスについて議論（2） 第 11 回：医療関連企業ケース 第 12 回：課題解決策の議論 第 13 回：学生との医療ビジネスについて議論（3） 第 14 回：学生との医療ビジネスについて議論（4）</p> <p>教員の実務経験は、医療現場、製薬産業、医療製薬ベンチャー支援などヘルスケア分野ほぼ全 般にわたり広範である。このように豊富な実務経験を持つ講師が複雑な業界を解きほぐして 現業や新たなチャンスを探る機会とし、講義内では議論を多く行い、課題の解決策をみつけ る。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>グループワーク、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワー ク、<input type="checkbox"/>PBL（課題解決型学習）、<input type="checkbox"/>反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習 を入れ替えた学習形式）、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他（ ）、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <p>・（ICT を活用した）双方型授業の実施 <input type="checkbox"/>平日夜間オンライン授業：ZOOM <input checked="" type="checkbox"/>土日対面授業実施 <input type="checkbox"/>クリッカー、<input type="checkbox"/>タブレット端末、<input type="checkbox"/>その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法 <input type="checkbox"/>課題レポート 50% <input type="checkbox"/>授業内での挙手発言 20%</p>

	<p>□プレゼンテーション 30%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>■課題レポート 50%</p> <p>PPT での提出とする。内容については新規性、論理性を勘案する。</p> <p>■授業内での挙手発言 20%</p> <p>授業への参加・貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）を基準とする</p> <p>■プレゼンテーション 30%</p> <p>内容については新規性、説得力を勘案し、プレゼンテーションのスタイルも評価する</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>□授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・参考文献等	新たな医療危機を超えて（日本評論社）
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前に C plus に掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること。 ・授業の最後に提示する課題に必ず取り組むこと。

科 目 名	Strategic Management and Global Leadership
担 当 者	木村 剛
履 修 条 件	Highly preferred that you have already taken 「経営戦略論基礎/経営戦略論」.
科目の目的 ・到達目標	<p>目的： This course aims to introduce you to what strategic management means, and to lead you through the steps of strategic thinking by means of analytical discussions of the real business practices. Leadership in the strategic management process will also be discussed.</p> <p>目標： 1. Illustrate the applications of strategic management by explaining the concept in your own words. 2. Analyze companies to demonstrate the ability to “think strategically” by weighing things from the perspective of the total enterprise. 3. Analyze the leadership of companies from “strategic management” perspectives.</p>
概 要	<p>Can you explain what “strategic management” is in your own words? This course focuses on some of the important issues in strategic management. It provides a big picture that integrates your own business experiences and knowledge gained from previous courses. This course covers not only strategy formulation to adopt to rapidly changing environments but also strategy implementation and its management. This course will use a combination of case studies and lectures. Lectures and discussions are conducted in basic English.</p> <p>「戦略経営」とは何か、自分の言葉で説明できますか？ 本コースは、これまでのビジネス経験と各領域の専門知識を統合する視野の広いコースです。常に変動する環境に適合する戦略を立案するだけでなく、その実行を戦略的に行うとはどういうことかを、戦略経営の理論、およびケース議論から理解を深めます。講義と議論は基本的な英語で行います（必要に応じて日本語で補足します）。</p>
授 業 計 画	<p>Class 1: Introduction (February 7, 2023, online) Class 2: Strategic Management vs. Management Strategy (February 7, online) Class 3: Strategic Management & Leadership (February 9, online) Class 4: Case-1 Yamato Transport -Foundation- (February 9, online) Class 5: Case-1 Yamato Transport -Business Model Conversion- (February 11, in-person) Class 6: Management Strategy (February 11, in-person) Class 7: Project-1 Presentation (February 11, in-person) Class 8: External Environment Analysis (February 14, online) Class 9: Internal Environment Analysis (February 14, online) Class 10: Integrated Analysis & Strategic Options (February 16, online) Class 11: Comprehensive Discussions (February 16, online) Class 12: Case-2 Panasonic -Foundation & Business Model Conversion- (February 18, in-person) Class 13: Project-2 Presentation (February 18, in-person) Class 14: Course Summary (February 18, in-person)</p>

	<p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 日本能率協会コンサルティングの後、GM アジア太平洋地域事業開発マネジャー、スント日本代表、アディダス戦略企画部長、クイックシルバー戦略企画ディレクター、DC シューズ北アジア地域統括マネジャーなど 20 年以上にわたり企業で勤務。主に経営戦略の立案とその実行管理に携わった経験を Strategic Management 理論に結びつけて教授する。</p> <p>・(ICT を活用した) 双方型授業の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ■平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施 <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■課題レポート 20% ■授業内での挙手発言 40% ■プレゼンテーション 40% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>Weekly assignment: 20%, Class participation 40%, Project Presentation 40%</p> <p>60%以上の出席は単位認定の前提であるが、出席だけでなく、授業への参加・貢献度(発言や質問が授業に貢献したか等)や受講態度(発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等)をもとに「Class participation」は評価を行う。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：No textbook required. Handouts will be provided.</p> <p>参考文献：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Strategic Management: Competitiveness and Globalization, 13th Edition (2019), Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson, Cengage Learning 2.改訂新版 戦略経営論 (2014), 久原正治・横山寛美 (監訳), 同友館 3.戦略経営論 (2010), Garth Saloner, Joel Podolny, Andrea Shepard, 石倉洋子 (翻訳), 東洋経済新報社 4.経営戦略の思考法 (2009), 沼上 幹 (著), 日本経済新聞出版社
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 <p>準備学習について You are expected to be well prepared in each class.</p> <ul style="list-style-type: none"> ・次週の授業への準備の意味も含め、毎週、課題ペーパーの提出が求められます。 ・予習・復習等の準備学習について <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科目名	カスタマー・リレーションシップ・マネジメント
担当者	中村 博
履修条件	特になし
科目の目的・到達目標	<p>目的：自社顧客をいかに優良顧客に育成し、維持し、囲い込むかは、今日のマーケティングの主要なテーマとなっている。顧客の維持率が5%上昇すれば、企業の利益は25%～85%上がると言われる。本講座では、自社顧客をセグメントし、優良顧客を識別し、それらの優良顧客を維持するためにどのようなマーケティング施策を実施すべきかについて、小売業の顧客の購買履歴データなどを利用してケースを分析し、新規顧客の獲得と維持戦略（CRM）の提案ができるようになることを目的とする。</p> <p>目標：顧客の購買前・購買・購買後のカスタマージャーニーを把握し、カスタマージャーニー・マップを作成し、ブランドや店舗のCRMの戦略を提案することを目標とする。</p>
概要	<p>ブランド、小売業、サービス業のB to CのCRM戦略についてケース分析やデータ分析を中心に検討する。また、ブランドの立場から新規顧客の獲得とリピート顧客の維持戦略について検討する。その際に、SNSデータや購買履歴をどのように活用すべきについて、演習も交えて理解する。また、ショッパーの購買の瞬間に発生する様々なバイアスを行動経済学の示唆を活用しながら検討する。また、最近注目されつつあるニューロ・マーケティングを取り上げ無意識の購買についても検討しながら、カスタマージャーニー・マップを作成する</p>
授業計画	<p>第1回：はじめに、CRMの背景・顧客の識別 第2回：顧客満足・顧客エンゲージメント・カスタマージャーニー戦略 第3回：SNSのマーケティング（ケーススタディ） 第4回：SNSデータの分析 第5回：購買履歴データの活用（ターゲティング、レコメンデーションなど） 第6回：購買履歴データの分析 第7回：SNSとID-POSデータの結合したコネクテッドカスタマーの行動 第8回：カスタマージャーニーの作成 第9回：オムニチャネル・ショッパーの購買行動 第10回：オムニチャネル戦略のケース 第11回：バイアスを伴う購買（行動経済学やニューロサイエンスの活用） 第12回：購買の瞬間の類型化 第13回：最終課題のプレゼンテーション 第14回：最終課題の評価と講義のまとめ</p> <p><教員の実務経験の本授業への反映> 1981年～1996年まで公益財団法人流通経済研究所において、マーケティングのコンサルティング業務に携わり、新製品マーケティングのサポートを行った。これらの経験を活かして、商品開発・市場導入の授業を行う。メーカーおよび小売業とアジアショッパーインサイト研究会を主宰しており、実証実験の内容は授業で紹介される。</p> <p><アクティブ・ラーニング要素> ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入</p>

	<p>れ替えた学習形式)、○ディベート、■その他(実務家との意見交換)、○実施していない</p> <p>・(ICTを活用した)双方型授業の実施</p> <p>○平日夜間オンライン授業: ZOOM</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>○クリッカー、○タブレット端末、○その他()</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 30%</p> <p>■授業内での挙手発言 5%</p> <p>■グループワーク 5%</p> <p>■最終レポート 60%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>●3回程度の課題レポート(10%×3回=30%) 用語の定義や理解が適切か、論理的記述になっているか、独自の視点があるかなど</p> <p>●最終課題のレポート(60%)</p> <p>1) 提案の問題意識や切り口がユニークか?</p> <p>2) データの使用が十分かつ適切で科学的アプローチがなされているか?</p> <p>3) 提案全体にストーリー性があり論理的に書かれているか?</p> <p>●授業への貢献度(10%)</p> <p>1) 従業中の発言、グループワークにおける貢献度、ミニッツペーパーの提出</p> <p>●課題(中間試験やレポート等)に対するフィードバックの方法</p> <p>1) 授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト: 各回ごとにテキストとなる資料を配布</p> <p>参考文献: 随時紹介する</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <p>・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。</p> <p>・履修確定後は、C-Plusの「教材配布」で配布する。</p> <p>・教材は遅くとも授業2日前までにアップロードする。</p> <p>課題テーマの提示について</p> <p>・3回の課題レポートは、課題を6日前に提示し、授業日前日までにポータルに提出する</p> <p>・最終課題テーマは5週間前に提示し、グループワークをしながら作成し、グループで報告する。その後、報告資料にもとづいて個人でレポートを作成し提出する。</p> <p>・予習・復習等の準備学習について</p> <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	マーケティング・リサーチ
担 当 者	土田 尚弘
履 修 条 件	「統計学」「マーケティング」に関係する科目を履修していることが望ましいが、必要条件とはしません。
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的)</p> <p>マーケティング活動を実行するには、ターゲットとなる生活者やクライアントについて深く理解する必要があります。マーケティング・リサーチは、顧客理解のための実務的な方法論であり、この授業ではリサーチをビジネス上で活用するための能力を養成することを目的とします。</p> <p>(到達目標)</p> <p>マーケティング・リサーチの基礎を理解して実践的にリサーチを行うことができるように、リサーチの設計、調査票の作成、データの集計・分析や解釈、さらには結果の活用法についてのスキルを習得することを目標とします。</p>
概 要	<p>この授業では、講義と実習を通じて、マーケティング・リサーチに関する実践的なスキルを習得していきます。マーケティング・リサーチを実践的に利用するには、そのプロセスの理解と、収集と解釈面で客観的にデータに接することが重要になります。そのために、講義形式による理論的な学習に加えて、実際にデータに接してディスカッションをする、さらにはグループワークによる実習を通じて、リサーチについて学習していきます。</p> <p>講義では、実学であることを強調するために、理論の説明だけではなく、社会で使われている実例を使って知識の定着を図っていきます。また講義参加者の意見を取り上げ、インタラクティブにリサーチに対する理解を深めていきます。リサーチの実習では、調査票の作成、データの集計・分析、結果の解釈までの一連のプロセスを体験し、実践的なスキルの定着を図っていきます。さらにはリサーチの結果をアイデア発想に活用する方法論などの実践的なスキルも習得していきます。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 マーケティング・リサーチ概論</p> <p>第2回 リサーチの種類とプロセス</p> <p>第3回 リサーチの企画と調査票作成</p> <p>第4回 マクロ環境分析</p> <p>第5回 インタビュー調査の準備</p> <p>第6回 インタビュー調査実習</p> <p>第7回 統計分析</p> <p>第8回 リサーチ結果の解釈</p> <p>第9回 リサーチ実習①企画</p> <p>第10回 リサーチ実習②調査票作成</p> <p>第11回 リサーチ実習③集計・分析</p> <p>第12回 リサーチ実習④結果の解釈</p> <p>第13回 リサーチ実習⑤結果の報告</p> <p>第14回 リサーチ実習⑥ディスカッションとまとめ</p> <p>●大学教員以外の職歴がある場合の実務経験の内容 マーケティング・リサーチの企業でビジネス・データ分析に10年間携わる</p>

	<p>(2011年4月～2021年3月)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●大学教員以外の職歴がある場合の実務経験に関連する授業内容 企業から請け負った実際のマーケティングリサーチ経験と企業のマーケティングリサーチの研修の経験から講義をします ・アクティブ・ラーニング要素 <ul style="list-style-type: none"> ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICTを活用した）双方型授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 <ul style="list-style-type: none"> ■課題レポート 50% ■授業内での挙手発言 20% ■グループワーク 30% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 ・課題レポート 講義の際には、毎回レポート、またはミニットペーパー（授業内の簡易レポート）が課されます。授業内容の理解度と、実践的に考察できているか、また独自の視点があるかを評価対象とします。 ・グループワーク 実際にWEB調査でマーケティング・リサーチをグループワークで行います。仮説の設定や調査票の作成の点で適切かどうか、またデータを丁寧に分析できているかなどを評価対象とします。 ・授業内での挙手発言 授業への参加意欲（発言や行動力）やポジティブな態度を評価対象とします。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <ul style="list-style-type: none"> ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <p>参考文献： 中野 崇（2018）『マーケティングリサーチとデータ分析の基本』すばる舎 岸川 茂（編著）（2016）『マーケティング・リサーチの基本』日本実業出版社</p>

	朝野 熙彦（編著）（2011）『アンケート調査入門－失敗しない顧客情報の読み方・まとめ方』 東京図書
特記事項	<p>（1）教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は「教材配布」で授業日の3日前までに配布する。 ・講義時に配布する教材もある。 <p>（2）課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示する。 <p>（3）準備学習について</p> <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеに必ず目を通して上で出席すること。 授業で提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科目名	マーケティング・コミュニケーション
担当者	大西 浩志
履修条件	「マーケティング戦略論」「消費者行動論」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	<p><科目の目的> マーケティングコミュニケーション戦略の基本を修得し、ブランドを構築しマネジメントできる人材を養成する。</p> <p><到達目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営者（CMO,CDO）、もしくはマーケティング管理職として自社の商品・サービスのマーケティングコミュニケーションを管理できるための基礎力を養成する ・人的資源管理者やチームリーダーが、従業員やメンバーとのインナーコミュニケーションを円滑に実施できるようになる ・講義で学習したマーケティングコミュニケーションの理論とデジタル・ツールの活用法・効果検証方法を自分の商品・サービスに適用し、その成果を考察できるようになる
概要	<p>ビッグデータとAI技術の発展によって、デジタルを活用したマーケティングコミュニケーションの重要度が、近年ますます高まっている。米国でのデジタルマーケティング関連支出は2020年度1,500億ドル（約170兆円）から2025年度には2,500億ドル（約280兆円）に増加すると予想されている。また、DXは企業の業務効率化のみならず、OMOやD2Cといった消費者との関係性を構築するための重要な手法ともなっている。本講義では、マーケティングコミュニケーションの戦略理論を消費者のカスタマージャーニー（顧客獲得から維持、ロイヤル化まで）のロードマップとして理解し、デジタルマーケティング・ツール（CRM、オンライン広告、SNS、AIなど）の活用方法と効果検証方法を実践的に学び、実務に応用できることを目指す。また、マーケティングコミュニケーションは、消費者や顧客への情報伝達だけではなく、社内従業員へのインナーマーケティングや関連企業やステークホルダーへのB2Bでも応用することが可能である。</p> <p>本講義では、デジタルマーケティングを実践する企業と協力し、グループワークで企業課題を精査して解決施策案を発表することで、実際のマーケティングコミュニケーションをより詳しく分析し考察することを体験する。毎回の授業では一方的な講義形式ではなく、参加者の予習をベースとした討議を中心として進行する。</p>
授業計画	<p>第1回 講義概要、マーケティングコミュニケーションの倫理—消費者との関係性構築</p> <p>第2回 マーケティングコミュニケーション戦略とDX（OMO、D2C）</p> <p>第3回 カスタマージャーニーとペルソナ</p> <p>第4回 ケース・ディスカッション</p> <p>第5回 デジタルマーケティング①オンライン広告</p> <p>第6回 ゲスト・スピーカー</p> <p>第7回 デジタルマーケティング②SEO・SEM、検索、ハッシュタグ</p> <p>第8回 ケース・ディスカッション</p> <p>第9回 デジタルマーケティング③SNS、インフルエンサー・マーケティング</p> <p>第10回 デジタルマーケティング④CRM、アトリビューション分析</p> <p>第11回 デジタルマーケティング⑤AI、ロボティクス</p> <p>第12回 デジタルマーケティングと効果検証</p> <p>第13回 グループ・プレゼンテーション</p>

	<p>第14回 講義の振り返り</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （株式会社電通勤務 2011年～2016年 食品会社、自動車メーカー、金融機関などのマーケティング計画と実施などで、戦略アドバイスを担当した） ・アクティブ・ラーニング要素 <ul style="list-style-type: none"> ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、■フィールドワーク、 □PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、■ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICTを活用した）双方型授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> □平日夜間オンライン授業：ZOOM、■土日対面授業実施、 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ） ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <ul style="list-style-type: none"> ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う □その他（ ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ■課題レポート 20% ■授業内での挙手発言 30% ■グループワーク 15% ■参加者による相互評価 15% ■最終レポート 20% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>※授業への参加・貢献度（発言や質問が授業に貢献したか等）と課題への取り組みを評価する</p> <p>※グループ・ワークは、企業課題の考察、分析の出来、課題解決のための戦略、施策案の内容によって評価する（グループ内の相互評価も考慮する）</p>
テキスト・参考文献等	<p><参考書></p> <ul style="list-style-type: none"> ・S. Kingsnorth (2019) 『Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing (2nd ed.)』 Kogan Page ・宗像淳、 亀山 将 (2015) 『いちばんやさしいコンテンツマーケティングの教本』 インプレス
特記事項	<p><教材の配布の方法について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 <p><課題・宿題の課題テーマを提示について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・指定したテキストや参考書、レジュメ（C plus への掲載）を事前に読み込むこと ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p><準備学習について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前にC plus に掲載するレジュメに必ず目を通して上で出席すること。 ・授業にて提示する宿題に必ず取り組むこと。

科 目 名	ヘルスケアマーケティング
担 当 者	真野 俊樹
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	(科目の目的) 医療業界を解きほぐしながら、医療マーケティングを学び、現業の改善や新たなチャンスを探る機会とする。医療経営や医療関連産業に携わるための能力を育成する。 (到達目標) 医療マーケティングの考え方を通して医療界への改革を提案できること。また、アジアの変化を学びグローバルな考え方を身に付けること
概 要	2010年にロイター通信が報じた「医療制度に関する満足度調査」によると、日本人の医療満足度は15パーセントで、これは世界の先進・新興22カ国中、最下位であった。ちなみにトップは、スウェーデンの満足度75パーセントである。しかし一方、国民が不信感をつのらせる日本の医療だが、客観的データで諸外国と比較すると、なかなかどうして優れている。一例をあげると、大腸がんの5年生存率。これはまぎれもなく日本の成績が世界一である。高い5年生存率を誇るのは、大腸がんばかりではない。胃がんも肺がんも肝がんも、日本は世界トップクラスの水準である。このギャップにヘルスケアマーケティングの考え方が乏しいことが理由の一つとして考えられる。真野は2000年代初めから、ヘルスケア業界にマーケティングの考え方が重要だと説き、「医療マーケティング」「医療マーケティング(実践編)」などを著わしてきた。本講義はそれらの考え方に基づき、ヘルスケアにおけるマーケティングの在り方を考えたい。
授 業 計 画	<p>第1回：自己紹介、ヘルスケアマーケティング概要 第2回：ヘルスケアマーケティング詳細 第3回：外部講師 マーケティング概論 第4回：外部講師 マーケティング概論 第5回：外部講師 ヘルスケアマーケティング論 第6回：外部講師 ヘルスケアマーケティング論 第7回：ケース：ショーダイス病院(HBS ケース) 課題抽出 第8回：ケース：ショーダイス病院(HBS ケース) 課題議論 第9回：アジアでの消費の課題の抽出(1)(消費大陸アジア: 巨大市場を読みとくを読んで) 第10回：アジアでの消費の課題の議論(2) 第11回：学生に与えた課題発表(1) 第12回：学生に与えた課題発表(2) 第13回：学生に与えた課題発表(3) 第14回：学生に与えた課題発表(4)</p> <p>教員の実務経験は、医療現場、製薬産業、医療製薬ベンチャー支援などヘルスケア分野ほぼ全般にわたり広範である。このように豊富な実務経験を持つ講師が複雑な業界を解きほぐして現業や新たなチャンスを探る機会とし、講義内では議論を多く行い、課題の解決策をみつける。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL(課題解決型学習)、□反転授業(教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式)、□ディベート、□その他()、□実施していない</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業: ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 □課題レポート 50% □授業内での挙手発言 20% □プレゼンテーション 30% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 ■課題レポート 50% PPT での提出とする。内容については新規性、論理性を勘案する。 ■授業内での挙手発言 20% 授業への参加・貢献度、受講態度(発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等)を基準とする ■プレゼンテーション 30% 内容については新規性、説得力を勘案し、プレゼンテーションのスタイルも評価する ・課題(中間試験やレポート等)に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト「消費大陸アジア: 巨大市場を読みとく」(ちくま新書)</p> <p>参考文献「医療マーケティング第三版」(日本評論社)「介護マーケティング」(日本評論社)</p> <p>「医療マーケティング(実践編)」(日本評論社)</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 <p>HBS のケース、書籍(消費大陸アジア: 巨大市場を読みとく)は各自購入</p> <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеに必ず目を通して上で出席すること。 ・課題に必ず取り組むこと。

科 目 名	マーケティング特別研究（サービスマーケティング）
担 当 者	戸谷 圭子
履 修 条 件	一般的なモノのマーケティングについては一定の知識があることを前提とした講義であるため、「マーケティング戦略論」を受講済み、もしくは、マーケティング戦略の基礎（用語・フレームワーク）について実務経験や自主的な学習で習熟していることが望ましい。
科目の目的・到達目標	<p>科目目的：サービス・マーケティングにおけるサービスとは、共創価値を造るプロセスを意味する。多様化・高度化した現代の顧客が求める価値は共創価値へと移行している。サービス産業のみならず、製造業がサービス化することによって共創価値の向上を図るケースも増えており、今後、サービス・マーケティングはさらに重要性を増すものと考えられる。プロセスの購買行動へは顧客が参加し、その評価は顧客の主観によるところが大きい。そのため、心理学分野との関連も深い。また、モノのビジネスでは生産管理にあたるサービス提供プロセスの管理や、人材開発や組織論などの広範な領域を扱うことになる。本講義では、サービスの性質を理解し、その性質に基づくマーケティング理論と応用を学ぶ。</p> <p>到達目標：・サービス・マーケティングの基本理論とフレームワークを理解し、説明できる。 ・サービス学の最新の動向を理解する。 ・サービス・マーケティングの考え方を、実務に適用し、新たな事業創造や業務の改善を提案できる。</p>
概 要	財を有形・無形で分類していた旧来のマーケティングではなく、その統合的な提供プロセスを扱うサービス・マーケティングは、今後のマーケティングで重要な分野となる。特に、市場が求める価値が物質的価値から情緒的価値に変化した先進国においては、製造業のサービス化が急速に進んでいる。本講義では、サービスの定義をはじめ、基本的なサービスの特徴と課題、S-D Logic などの最近の研究動向を踏まえ、サービス・マーケティングの理論的枠組み、フレームワーク、実務動向を学び、ケースメソッドと事例研究によって実務応用のスキル習得を行う。
授 業 計 画	<p>第1回 講義：サービス・マーケティングの背景、理論とフレームワーク</p> <p>第2回 講義：サービス・マーケティングミックス 7P</p> <p>第3回 ケースディスカッション：「B 銀行自動車ローン再構築」：設問 1（7P 分析）</p> <p>第4回 ケースディスカッション：「B 銀行自動車ローン再構築」：設問 2（競合比較）</p> <p>第5回 講義：製造業サービス化の基礎（財の特性と課題）</p> <p>第6回 講義：製造業サービス化の動向と現状課題（サービス化の障害とマネタイズ）</p> <p>第7回 講義：サービスマネジメントの考え方（ロイヤルティ・プロフィットチェーンと人材育成・待ち時間問題）</p> <p>第8回 講義：サービスマネジメントの考え方（キャパシティ・マネジメント）</p> <p>第9回 ケースディスカッション：「ショールディス・ホスピタル」：設問 1・2（強みと課題）</p> <p>第10回 ケースディスカッション：「ショールディス・ホスピタル」：設問 3（キャパシティ問題の解決策）のグループ発表とディスカッション</p> <p>第11回 サービス・マーケティングの最新動向（S-D Logic と価値共創）</p> <p>第12回 サービス・マーケティングの最新動向（共創価値の種類とサービス・トライアングル、エコシステムとしてのサービス）</p> <p>第13回 事例発表；価値共創事例発表およびクラスディスカッション</p> <p>第14回 総括と Q&A</p>

	<p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について ユアサ商事株式会社社外取締役経験（2019年～）から、製造業のサービス化の現状と課題を講義します。 キュービーネットホールディングス株式会社社外取締役経験（2021年～）から、サービスビジネスのマネジメントに関する講義を行います。</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input checked="" type="checkbox"/>グループワーク、<input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL（課題解決型学習）、<input type="checkbox"/>反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他（ ）、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施 <input checked="" type="checkbox"/>平日夜間オンライン授業：ZOOM <input type="checkbox"/>土日対面授業実施 <input type="checkbox"/>クリッカー、<input type="checkbox"/>タブレット端末、<input type="checkbox"/>その他（ ）</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法 <input checked="" type="checkbox"/>授業内での挙手発言 30% <input checked="" type="checkbox"/>グループワーク 30% <input checked="" type="checkbox"/>参加者による相互評価 30%（ケースディスカッションと事例研究発表において、ピアレビューを実施する） <input checked="" type="checkbox"/>プレゼンテーション 10% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <input checked="" type="checkbox"/>授業時間内で講評・解説の時間を設ける <input type="checkbox"/>必要に応じ、授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：ケース「B 銀行自動車ローン再構築」「ショールディス・ホスピタル・リミテイド」の二本のケースを教材として使用するので、あらかじめ Case Center Japan で購入し、通読しておくこと。 [参考URL] ゼロからわかる 金融マーケティング (KINZAI バリュー叢書/2019年) 戸谷 圭子 参考文献：『サービス・マーケティング入門』、(法政大学出版局/2005年)、小川 孔輔/戸谷 圭子 『サービス・マネジメント—統合的アプローチ〈上・中・下〉』、(ピアソン・エデュケーション/2004年)、バート・ヴァン ローイ/ローランド・ヴァン ディードンク/ポール ゲンメル(編) 『リテール金融マーケティング—顧客を知って儲かる仕組みを作る』、(東洋経済新報社/2006年)、戸谷 圭子</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <p>・ケース教材は上述の通り。 ケースはケースディスカッションで使用するので、あらかじめケースセンターで購入し、通読しておくこと。 ・その他の講義資料は授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。</p>

	<ul style="list-style-type: none">・履修確定後は、「教材配布」で配布する。・授業3日前までにアップロードする。・毎回授業前に C plus にレジユメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。 予習、復習等の準備学習の進め方について <ul style="list-style-type: none">・講義期間中にグループ発表を行うので、課外グループワーク時間を十分確保し、自主的に準備をすること。
--	---

科目名	マーケティング特別研究（BtoBマーケティング）
担当者	庭山 一郎
履修条件	特になし
科目の目的・到達目標	<p>【科目の目的】</p> <p>BtoB マーケティングの概論、フレームワークなどを学びながら、それを実際にどのように現場で運用していくかを指導し、企業のマーケティングマネージャーのスキルを身につけることを目的とする。</p> <p>【到達目標】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. BtoB マーケティングの基本的フレームワークを理解する 2. 欧米と日本との BtoB マーケティングでの違いを理解する 3. 自社製品（サービス）のマーケティングの基本設計が出来る 4. マーケティングツールの選定についてファシリテーションが出来る
概要	<p>マーケティング先進国である米国から 15 年以上遅れている日本の BtoB マーケティングが世界に追いつくためには、企業内でマーケティングを担当する人材を、理論と実務の両面をバランス良く育成しなければならない。</p> <p>本講義では、BtoB マーケティングの概論を学ぶだけではなく、実際に企業の現場で運用するための必要なスキルを身につけるためにケーススタディを取り入れて学習します。</p>
授業計画	<p>第1回 BtoB マーケティングの欧米とのギャップ</p> <p>第2回 STP とケーススタディ</p> <p>第3回 マーケティング近視眼</p> <p>第4回 マーケティング近視眼に関するケーススタディ</p> <p>第5回 イノベータ理論とホールプロダクトそしてキャズム</p> <p>第6回 ホールプロダクトに関するケーススタディ</p> <p>第7回 アンゾフマトリクスとデマンドセンター</p> <p>第8回 アンゾフマトリクスに関するケーススタディ</p> <p>第9回 デマンドウォーターフォールとマーケティングの基本設計</p> <p>第10回 BtoB マーケティングの基本設計に関するケーススタディ</p> <p>第11回 BtoB マーケティングのツール群、CRM、SFA、MA（マーケティングオートメーション）</p> <p>第12回 ツールの選定と運用に関するケーススタディ</p> <p>第13回 ABM の理論と実践</p> <p>第14回 BtoB マーケティング部門のマネジメントと進化</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 1990 年～現在 シンフォニーマーケティング株式会社 代表取締役 ※授業項目は、全て実務でサービス提供しているものです</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input type="checkbox"/>グループワーク、<input type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL（課題解決型学習）、<input type="checkbox"/>反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他（ ）、<input type="checkbox"/>実施していない</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 ☑平日夜間オンライン授業 : ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ☑課題レポート (ミニットペーパー) 60% ☑授業内での挙手発言 20% ☑その他 (具体的にお書きください) 積極性、受講態度、発問に対する応答 20% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <ul style="list-style-type: none"> ・課題 (中間試験やレポート等) に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	<p><テキスト></p> <p>「論文 T・レビット マーケティング近視眼 (T・レビット)」 『T.レビット マーケティング論』 (ダイヤモンド社 : 2007 年) に掲載</p> <p>『キャズム』 ジェフリー・ムーア著 (翔泳社 : 2002 年)</p> <p>『BtoBのためのマーケティングオートメーション 正しい選び方・使い方』 庭山一郎著 (翔泳社 : 2015 年)</p> <p>『究極の BtoB マーケティング ABM(アカウントベースドマーケティング)』 庭山一郎著 (日経BP社 : 2016 年)</p> <p><参考></p> <p>『BtoB マーケティング偏差値 UP』 庭山一郎著 (日経BP社 : 2020 年)</p> <p>『サラサラ読めるのにジワッとしみる「マーケティング」のきほん』 庭山一郎著 (翔泳社 : 2014 年)</p> <p>『ノヤン先生のマーケティング学』 庭山一郎著 (翔泳社 : 2014 年)</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・書籍以外をテキストとする講義は、当日までにテキストを配布する <p>準備学習について【重要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講義履修前に、以下書籍を読んでおくこと。 『サラサラ読めるのにジワッとしみる「マーケティング」のきほん』 庭山一郎著 (翔泳社 : 2014 年) 『ノヤン先生のマーケティング学』 庭山一郎著 (翔泳社 : 2014 年) ・各講義の前にその回のテキストに使用する書籍を読んでおくこと。

科目名	新製品マーケティング
担当者	中村 博
履修条件	特になし。
科目の目的・到達目標	科目の目的：新製品のアイデア創造および市場導入のためのマーケティング計画の作成 到達目標：新製品開発過程にしたがって、市場機会の発見、アイデアの創造、新製品の試作品の絞り込み、テスト・マーケティングを経てマーケティング計画の作成を行う。
概要	今日、数多くの新製品が開発され市場に導入されている。しかし、新製品の市場における成功率は低い。本講義では、「どのような新製品が成功しやすいか」、「よい製品とは何か」について検討し、新製品のアイデアを複数創造する。さらに、新製品のアイデアはプリ・テスト・マーケティングによって絞られ、テスト・マーケティングや需要予測を経て市場に導入される。学生は科学的なアプローチによって新製品のアイデアを創造すると同時に市場導入のための具体的なマーケティング計画を作成する。また、新製品のアイデアが市場ニーズにマッチすることが認められれば、試作品ができあがる。
授業計画	<p>第1回：オリエンテーション（授業のねらいとスケジュール、最終課題について）</p> <p>第2回：新製品開発のシーズの紹介（企業からの技術のプレゼンテーション）</p> <p>第3回：製品開発プロセス（①ミツカンのケースなど）</p> <p>第4回：参入戦略の検討（先発の優位性、後発の優位性）</p> <p>第5回：市場機会の発見（新製品のシーズにどのような市場機会があるか）</p> <p>第6回：新製品アイデアの情報収集・開発方法など（②カゴメと広島県のケース）</p> <p>第7回：消費者のデプスインタビューによるニーズの発見（GTA アプローチやラダリングによる消費者のニーズの発見）</p> <p>第8回：コンジョイント分析による新製品のデザインと評価による新製品アイデアの絞りこみ（③リコーのケース）</p> <p>第9回：新製品の普及理論と売上の予測（ロジャースの普及理論と Bass Model）</p> <p>第10回：テストマーケティングによるトライアル・レポート分析（④花王のケース）</p> <p>第11回：ニューロ・サイエンスによる新製品の感性テスト（脳波による新製品アイデアの評価を行う）</p> <p>第12回：ニューロ・サイエンスをつかった商品開発のケース</p> <p>第13回：ビジネスモデル・キャンバスの理解とマーケティング計画の作成</p> <p>第14回：創造した新製品アイデアとマーケティング計画の評価とまとめ</p> <p><教員の実務経験の本授業への反映></p> <p>1981年～1996年まで公益財団法人流通経済研究所において、マーケティングのコンサルティング業務に携わり、新製品マーケティングのサポートを行った。これらの経験を活かして、商品開発・市場導入の授業を行う。メーカーおよび小売業とアジアショッパーインサイト研究会を主宰しており、実証実験の内容は授業で紹介される。</p> <p><アクティブ・ラーニング要素></p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、■フィールドワーク、■PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、■その他（実務家との意見交換）、□実施していない</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業: ZOOM ■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 30% ■授業内での挙手発言 5% ■グループワーク 5% ■最終レポート 60% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <p>・3回程度の課題レポート (10%×3回=30%)</p> <p><評価基準>用語の定義や理解が適切か、論理的記述になっているか、独自の視点があるかなど</p> <p>・最終課題のレポート (60%)</p> <p><評価基準></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 参入するサブマーケットの成長性や規模は適切か? データは十分か? 2) 顧客価値は何か? 他のブランドと差別化されているか? 3) 価格は適切か? (プライシング) 4) 需要予測は適格か? 利益は十分か? 5) 知名、配荷、トライアル、リピート獲得のためにマーケティング計画が適切か? <p>・授業への貢献度 (10%)</p> <p><評価基準>授業中の発言、グループワークにおける貢献度、ミニッツペーパーの提出</p> <p>・課題 (中間試験やレポート等) に対するフィードバックの方法</p> <p>●授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト:『New Products Management』C. M. Crawford / C. A. Di Benedetto (McGRAW-HILL INTERNATIONAL EDITION 2015)なし</p> <p>参考文献:『新製品マーケティング』中村博 (中央経済社、2001年)</p> <p>『新製品開発』朝野熙彦、山中正彦 (有斐閣アルマ、2005年)</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、C-Plus の「教材配布」で配布する。 ・教材は遅くとも授業2日前までにアップロードする。 <p>課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3回の課題レポートは、課題を6日前に提示し、授業日前日までにポータルに提出する 最終課題テーマは5週間前に提示し、グループワークをしながら作成し、グループで報告する。その後、報告資料にもとづいて個人でレポートを作成し提出する。 ・予習・復習等の準備学習について <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	キャリア管理論
担 当 者	荻野 勝彦
履 修 条 件	特にありません。人事関連業務の経験がなくても履修できます。
科目の目的 ・到達目標	<p><科目の目的>キャリア管理に関しては多様な分野でさまざまな調査・実践の積み上げがある。これらの多様な知見を学際的に習得する。</p> <p><目標>知見を実務に生かし、個人としては自らのキャリア管理、マネージャーとしては部下のキャリア管理、人事担当者としては組織のキャリア管理のしくみを改善できる能力を向上する。</p>
概 要	<p>多くの人々にとって、自身のキャリアは最大の関心事のひとつであり、企業にとっても働く人のキャリアは重要な経営課題です。双方の意図や資源配分などが必ずしも一致せず、環境変化とともに変化もする中で、キャリアをいかにマネージしていくのか、人事管理・労働市場の実情や代表的なキャリア理論、実践事例などをふまえて考えていきます。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 インTRODクシヨN・キャリアの概念 第2回 日本社会におけるキャリア形成の概況 第3回 キャリア研究のスーパースターたち：スーパー、ホランド 第4回 キャリア研究のスーパースターたち：克蘭ボルツ、シャイン 第5回 キャリア管理の心理学・社会学 第6回 国産のキャリア理論 第7回 非認知能力とキャリア 第8回 キャリア管理に役立つ行動経済学 第9回 キャリアと法 第10回 雇用政策とキャリア管理 第11回 ワーク・ライフ・バランスとキャリア管理 第12回 ダイバーシティ・マネジメントとキャリア管理 第13回 キャリア教育／キャリア管理と人材ビジネス 第14回 人生100年時代のキャリア管理</p> <p>※社会情勢等、状況により柔軟に変更します。</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 1985年4月～現在、トヨタ自動車株式会社勤務。1989年～2013年、人事部・渉外部にて人事労務管理と労働政策渉外の実務に携わると同時に、関連の調査・研究に従事。2014年～現在、三井物産研究所にて人事労務関連の調査研究プロジェクトに参画。これらの実務経験から得た知見をもとに理論・実践・政策の観点から授業を行います。</p> <p>・事前事後学習の具体的な内容の明示 □指定したテキストや参考書、レジュメ（C plus への掲載）を事前に読み込むこと □授業終了後の課題提出、■その他（講義内容概要の職場内共有を推奨）</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、■ディベート、■その他（体験型ワーク）、□実施していない</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 60% ■授業内での挙手発言 20% ■グループワーク 20% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>第 10 回終了後に、第 12 回までの授業内容を実務に応用する内容の課題レポートを出題（提出締切は第 12 回の翌日から第 13 回の前々日までの間で別途指定）します。</p> <p><成績評価の基準></p> <p>課題レポート：知見の理解が正確か、実務への応用が適切か、根拠に基づいて論理的な記述ができていかなどの観点から評価します。詳細は第 13 回または第 14 回の授業の中で説明します。</p> <p>授業内での挙手発言、グループワーク：授業への参加・貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）を総合的に評価します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	<p>講義資料は毎回配布します。</p> <p>参考文献は講義の中で適宜紹介します。</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業前日までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題がある場合は、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・職場の理解の上で履修している場合は、毎回の講義のポイントを上司に報告する（人事部署勤務の場合は職場で共有する）ことを推奨します。

科目名	ダイバーシティマネジメント
担当者	池田 心豪
履修条件	企業・団体等において、ダイバーシティや働き方改革の牽引役となる人。あるいは、当 CBS での学びを通じて、今後の自身のライフデザインを考えるに際し、ダイバーシティや働き方の見直しという視点を加えたいと考える人。
科目の目的・到達目標	<p><科目の目的> ダイバーシティ推進の具体的な課題を学習しながら、その意義と施策推進の考え方を理解することを目的とする。</p> <p><到達目標> 自身の生活設計や家庭・職場環境に照らして、具体的なダイバーシティ施策の意義や課題を見だし、職場や社会に対する施策提案ができる、あるいは自身のキャリアチェンジに生かすことができるようになることを到達目標とする。</p>
概要	ダイバーシティ推進施策の意義・課題・効果について学術的な理解をした上で、その考え方を実務に応用できる力を養うことができるよう、専門的な研究書を参照しながらディスカッションをする。授業の前半では各回のテーマについてグループディスカッションを行い、後半に意見の共有と講師による解説を行って理解を深める。
授業計画	<p>プレ講義 講義の概要紹介と問題意識の共有</p> <p>第1回 多様な人材を生かすマネジメント</p> <p>第2回 ダイバーシティ経営と労働政策</p> <p>第3回 女性のキャリア支援 (1)：講義 (女性が活躍できる人事労務管理の考え方)</p> <p>第4回 女性のキャリア支援 (2)：討議 (男女の職域統合に向けた課題)</p> <p>第5回 働き方改革の基本 (1)：講義 (働き方改革の必要性)</p> <p>第6回 働き方改革の基本 (2)：討議 (自発的残業を考える)</p> <p>第7回 管理職の役割 (1)：基礎編 (管理職に求められる能力)</p> <p>第8回 管理職の役割 (2)：応用編 (心理的安全性を高くするためには)</p> <p>第9回 仕事と子育ての両立 (1)：基礎編 (育児における男女の役割)</p> <p>第10回 仕事と子育ての両立 (2)：応用編 (企業が男性の育児を支援する意義)</p> <p>第11回 仕事と介護の両立 (1)：基礎編 (育児と異なる介護の特性)</p> <p>第12回 仕事と介護の両立 (2)：応用編 (会社から見えにくい介護問題の把握方法)</p> <p>第13回 少子高齢時代のダイバーシティ経営</p> <p>第14回 振り返りと総括討論</p> <p>・教員の実務経験 (職歴、本務先) と授業との関連性について 2005年4月～現在、独立行政法人労働政策研究・研修機構 研究員。男女雇用機会均等法や育児・介護休業法等、雇用均等行政に係る調査研究に従事。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、□グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□その他 ()</p> <p>・(ICT を活用した) 双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p>

	<p>○土日対面授業実施</p> <p>○クリッカー、○タブレット端末、○その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■授業内での挙手発言 50%</p> <p>■期末試験 50%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 (原則として60%以上(第1週を除く)の授業に出席した履修者のみが成績評価の対象。)</p> <p>・成績評価の基準</p> <p>授業内での挙手発言: 発言や質問が授業に貢献したか等、およびミニットペーパー等の提出を基準とする。</p> <p>期末試験: 授業で用いた資料の持ち込みを可とする。5問程度の記述式の試験で、講義の理解度を確認する。</p> <p>・課題(中間試験やレポート等)に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>○授業時間に限らず、C plus等でフィードバックを行う</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト: 『シリーズ ダイバーシティ経営』(中央経済社)の以下の各巻</p> <p>○佐藤博樹・武石恵美子・坂爪洋美著『多様な人材のマネジメント』</p> <p>○佐藤博樹・松浦民恵・高見具広著『働き方改革の基本』</p> <p>○坂爪洋美・高村静著『管理職の役割』</p> <p>○武石恵美子・高崎美佐著『女性のキャリア支援』</p> <p>○矢島洋子著『仕事と子育ての両立』</p> <p>○池田心豪著『仕事と介護の両立』</p> <p>※全巻購入する必要はないが、ディスカッションの参考資料として適宜参照することが望ましい。</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <p>・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。</p> <p>・履修確定後は「教材配布」で配布をする。</p> <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <p>・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。</p> <p>準備学習について【重要】</p> <p>・毎回授業前にC plusに掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること。</p> <p>・授業の最後に提示する課題に必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	人的資源特別研究（日本企業の人材マネジメント）/日本企業の人材マネジメント
担 当 者	海老原 嗣生
履 修 条 件	人事や人材ビジネスに携わった経験があることが望ましい。ただし、未経験でも人事や雇用問題に興味を有し情報に接している人は受講可能。
科目の目的 ・到達目標	<p><科目の目的> 人事実務を体系的かつ合理的に説明できるようになることを目的とする。 体系的・合理的とは ①過去の経緯や、他国との比較で納得性がある。 ②課題に出なかった人事実務についても学んだことをベースに説明できる。 ③現状の実務の改変が日本の環境の中で適切かつ効果的にできる。</p> <p><到達目標> 目の前で起きている諸問題に対して、表層上の対症療法を考ええるのではなく、根治できるような思考を培い、人事として一皮むけることを目指す。他国や他企業の成功事例をモノマネすることに終始しがちな人事作法を脱し、研究者や行政担当者とも互角に渡り合える本格派となれるよう期す。</p>
概 要	概論として日本と欧米の人事管理制度の一番大きな違いを説明し、そこから 5 つの大きな問題が生まれていくことを解説する。まず根源を抑えたうえで、5 つの問題、「女性」「非正規」「高齢者」「ワークライフバランス」「新卒採用と若年入職」について個別に整理していく。
授 業 計 画	<p>第1回 日本型雇用の振り返り①Job型×Membership型 第2回 日本型雇用の振り返り②職務型・職能型・成果型 第3回 日本型雇用が生み出す5つの問題 第4回 日本型雇用と欧米型雇用の「いいとこどり」を考える 第5回 非正規雇用・限定正社員の明日を考える 第6回 ワークファミリーコンフリクトと女子のキャリア 第7回 日本でワークライフバランスと時短が成り立ちにくい理由 第8回 日本型雇用におけるリーダーシッププログラムの作り方 第9回 高齢者雇用と年金問題を解明する 第10回 各自の周囲にある日本型雇用を詳らかにする（修了課題説明） 第11回 欧米型雇用と日本型雇用の若年入職の違い 第12回 「欧米が見た日本」を書籍で振り返る 第13回 欧米型の教育システムと職業訓練の現実 第14回 新卒一括採用の修正点と教育システムの変更 各自の周囲にある日本型雇用を明らかにする（修了課題発表）</p> <p>・実務教員の経歴について 求人広告業・人材エージェント業の企画・統括を10年以上行った。そうした中で、1000を超える会社の人事実務を目の当たりにしてきた。その経験を活かし、人事・経営誌2誌(Works, HRmics)の編集長となり、海外取材で欧米企業の実態なども子細に調べて今にいたる。国内外の人事・雇用環境を比較しながら事例やデータをもとに授業を行いたい。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■授業内での挙手発言 20% ■小テスト 40% ■最終レポート 40% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 ・成績評価の基準 ①授業内での挙手発言：講義での発言や質問が、全体に対して学びにつながったかの度合いと発言回数。 ②小テスト：毎回、講義で学んだ内容が正しく理解されているかを問う、40 点満点の振り返りテストを行う。各回の平均点を成績評価に用いる。欠席があった場合は、当該テストは 0 点として、全体平均点を算出。 ③最終レポート：講義で学習した内容・視点が修了課題に生かされているかを評価する。テーマは、以下の 2 つから選択する。 I. 現在の実務を再検証する。／II. 世に言われる雇用・人事の常識を再検証する。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<p>毎回 パワーポイントにて講義、修了後、PDF を配布 参考文献は下記</p> <p>「人事の組み立て」（海老原嗣生著/日経 BP）</p> <p>「人事の成り立ち」（海老原嗣生・荻野進介著/白桃書房）</p> <p>「お祈りメール来た、日本死ぬ」（海老原嗣生著/文春新書）</p> <p>「コア・コンピタンス経営」（ハメル&プラハラード著/日経ビジネス文庫）</p> <p>「諸外国の働き方に関する実態調査」（三菱 UFJ 銀行/佐藤博樹）</p>
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ■予習は不要。何よりも講義に集中してほしい。講義終了後は、C plus にて、毎回使用スライドを PDF にて配布する。 ■毎回、講義修了時に小テストもしくは小論文を提出。 ■修了課題には C plus にて提出。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	人的資源特別研究（管理職の役割と部下マネジメント）
担 当 者	石原 直子
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	<p>目的：企業における管理職の役割と機能を知り、効果的な管理職の役割推進とはどのようなものであるかを理解する。</p> <p>目標：習得した知識や理解をもとに、自身の勤務先などの組織において、自身が管理職として、組織および部下からの期待によりよく応えられるよう行動をおこせるようになること、もしくは、組織における管理職がよりよく活動できるサポートをできるようになることを目標とする</p>
概 要	<p>本講義で主に取り扱う対象は、非管理職であるメンバーを直接に管理監督する課長クラスの管理職、および、管理職の部下をマネジメントする部長クラスの管理職である。企業におけるこれらの管理職は、経営者（ボードメンバー）と従業員の結節点の役割を担い、部下の働きを通じて、経営戦略、事業戦略の実行の責任を担う。このような管理職の役割や機能を、多面的に検討し、望ましい管理職の在り方を考える。また、管理職は部下の育成者であるとともに、自らも育成される対象であるとの視点からの検討も行う。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 導入：講義の概要と紹介、講義：企業における管理職とは何か</p> <p>第2回 管理職の役割の変遷と今日的な課題</p> <p>第3回 管理職の役割と意識の国際比較① 役割はどう違うか</p> <p>第4回 管理職の役割と意識の国際比較② 管理職自身の意識はどう違うか</p> <p>第5回 管理職の役割とは① ミンツバーグ研究を中心に</p> <p>第6回 管理職の役割とは② コッター研究を中心に</p> <p>第7回 管理職の役割とは③ 金井研究と中心に</p> <p>第8回 管理職の役割とは④ 3研究の比較</p> <p>第9回 管理職と部下との関係① 育成・コミュニケーション</p> <p>第10回 管理職と部下との関係② ジョブアサインメント</p> <p>第11回 「部長」の役割① 部長の役割とは何か</p> <p>第12回 「部長」の役割② 部長の育成、評価、登用、キャリア</p> <p>第13回 多様な部下のマネジメント</p> <p>第14回 管理職の多様化、全体まとめ</p> <p>・教員の実務経験について</p> <p>銀行・人事コンサルティング会社を経て2001年よりリクルートワークス研究所に参画。以来人材マネジメントにかかわる研究に従事。専門はダイバーシティマネジメント、タレントマネジメント、リーダーシップ開発、組織開発、日本的雇用など。2015年～2020年「Works」編集長。多種多様な人材マネジメントにかかわるテーマで特集を組んできた。これまでの研究および自身のマネジメント経験に基づく見解を交えて授業を展開する。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、■その他（ライティング課題（毎週）、□実施していない</p>

	<p>・(ICTを活用した)双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業: ZOOM</p> <p>□土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他()</p>
成績評価の基準と方法	<p>成績評価の方法: 課題レポートおよび授業における貢献による</p> <p>■課題レポート 50%</p> <p>■授業内での挙手発言 15% <授業への貢献></p> <p>■グループワーク 35% <グループワークへの貢献></p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません</p> <p>・課題レポート (50%)</p> <p>指定された文献の読解および説明力、構成力、主張の一貫性、独自の視点の有無などを基準とする</p> <p>・授業への貢献 (15%)</p> <p>授業への参加や質疑応答などのタイミングにおける積極性と貢献度、意見や観点の有用性や独自性などを基準とする</p> <p>・グループワークでの貢献 (35%)</p> <p>グループワークやディスカッションにおける参加態度および発言内容、他者への配慮や協調性などを基準とする</p>
テキスト・参考文献等	<p>参考文献</p> <p>『変革型ミドルの探求—戦略・革新指向の管理者行動』金井 寿宏 (白桃書房、1991)</p> <p>『マネジャーの仕事』ヘンリー・ミンツバーグ (白桃書房、1993)</p> <p>『J.P.コッター ビジネス・リーダー論』(ダイヤモンド社、2009)</p> <p>『シリーズ ダイバーシティ経営 管理職の役割』坂爪洋美・高村静 (中央経済社、2020)</p> <p>『Works128号 5カ国比較 "課長"の定義』リクルートワークス研究所 (2015)</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題・宿題がある場合、前週の授業内で提示することとする。

科 目 名	人的資源特別研究（日本の労働法政策）
担 当 者	濱口 桂一郎
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	<p><科目の目的>現代日本におけるさまざまな雇用労働問題を、雇用システムと労働法制の複雑な関係を踏まえ、歴史的な観点から解き明かすこと。</p> <p><到達目標>現代日本におけるさまざまな雇用労働問題を、表層的なマスコミ報道等に踊らされることなく、雇用システムと労働法制の複雑な関係を踏まえて理解し、説明できるようになること。</p>
概 要	公労使三者構成の審議会において労使団体と政府(厚生労働省)の間で行われる対立と妥協のメカニズムを中心に、その延長戦としての国会における審議や修正も含め、具体的な労働立法の政策決定過程を跡づける形で、労働法制の内容を説明する。いわば、完成品としての労働法ではなく、製造過程に着目した労働法の講義である。
授 業 計 画	<p>第1回 インTRODクシヨN、労働力需給調整システム、</p> <p>第2回 労働市場のセーフティネット</p> <p>第3回 雇用政策と外国人労働、</p> <p>第4回 高齢者と障害者</p> <p>第5回 職業教育訓練と若者</p> <p>第6回 労災補償、安全衛生</p> <p>第7回 労働時間</p> <p>第8回 最低賃金</p> <p>第9回 賃金処遇</p> <p>第10回 労働契約、非雇用労働</p> <p>第11回 男女平等、ワークライフバランス</p> <p>第12回 労働人権</p> <p>第13回 労働組合と労使協議</p> <p>第14回 労働紛争処理、総括質疑</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について</p> <p>・1983年4月～2003年7月、労働省(現厚生労働省)職員として、労政、労働基準、職業安定その他の行政に中央、地方双方で従事、その経験を講義に反映させる。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション</p> <p>・(ICTを活用した)双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>□土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 70%</p> <p>■授業内での挙手発言 30%</p>

	<p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません</p> <p>・成績評価の基準</p> <p>課題レポート：考察の深さ、分析の独自性を評価する</p> <p>授業内での挙手・発言：発言頻度、内容の深さを評価する</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：濱口桂一郎著『日本の労働法政策』（労働政策研究・研修機構）</p>
特記事項	<p>毎回、上記テキストの当該部分に目を通して頂くこと。講義は各回とも、前半は講師から概略の解説がされ、後半はそれを踏まえて学生との and/or 学生間のディスカッションが行われる。議論に積極的に参加できるようにするためにも、テキストを熟読して頂くことが望ましい。</p> <p>・予習・復習等の準備学習について</p> <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	インベストメントと企業リスク管理
担 当 者	人見 健
履 修 条 件	2021年度までの入学生：「コーポレートファイナンスと企業戦略」を履修済みであること。
科目の目的 ・到達目標	<p>科目の目的</p> <p>「インベストメント」（本授業では、企業の事業戦略実現手段としての M&A（企業の買収・合併）や資本提携等の「事業投資」を指す）において、適正な意思決定をするためには、投資の「リスクとリターン」の関係についてファイナンス理論のバックボーンが必要となる。</p> <p>本授業では、企業価値評価や投資の経済性評価に関わる実践的知識※1を習得し、企業の経営管理職位層※2に必要な投資リスク管理能力を向上させることを目的とする。</p> <p>※1：本研究科のディプロマ・ポリシー「修了するにあたって備えるべき7つの知識・能力・態度」の内、特に、「1. 問題発見・解決力」、「2. 戦略構想力」、「3. 現状理解力」、「4. 巻き込み力」、「5. 資源動員力」及び「7. コンプライアンス力」を涵養することを目的とする。</p> <p>※2：本研究科のディプロマ・ポリシー「養成する人材像」におけるビジョナリーな企業経営者、トップマネジメントメンバー、起業家及び経営者のマインドを持つ中間管理者を指す。</p> <p>到達目標</p> <p>本授業では、以下を到達目標とする。</p> <p>①企業の価値の源泉及びリスクと利益・キャッシュ・フローとの関係を明確に他者に説明できるようになること。</p> <p>②企業価値及び投資の経済性評価において、リスクに応じた適切な割引率を設定できること。</p> <p>③新規事業投資や事業撤退において、経営資源の最適配分の観点から適切な方策を提案できるようになること。</p>
概 要	<p>企業価値評価及び投資の経済性評価におけるファイナンスと企業戦略の視点の融合が中心的テーマとなる。</p> <p>新規事業投資、投資後の管理及び撤退判断における分析・検討の切り口を事例分析、グループワークやディスカッションを通じて学習する。</p> <p>なお、第1回～第4回においては、本授業に関連する企業会計及びファイナンスのテーマに関わる復習授業を行う。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 財務諸表分析</p> <p>第2回 グループ発表： 財務諸表分析事例</p> <p>第3回 リスクとリターン及び資本コストの推計</p> <p>第4回 グループワーク： 資本コストの推計</p> <p>第5回 企業価値評価（1）： 企業価値概念、企業価値評価方法</p> <p>第6回 企業価値評価（2）： グループワーク</p> <p>第7回 投資の経済性評価（1）： 事業投資における評価手法</p> <p>第8回 投資の経済性評価（2）： 事業投資とリスク管理</p> <p>第9回 M&Aにおけるリスク管理（1）： M&Aにおけるリスクの種類と事例</p> <p>第10回 M&Aにおけるリスク管理（2）： 財務的見地からのリスク対応策</p> <p>第11回 事業ポートフォリオマネジメント（1）： グループ事業の評価とリスク管理</p> <p>第12回 事業ポートフォリオマネジメント（2）： 事業の撤退判断</p> <p>第13回 最終プレゼンテーション（事業投資とリスク管理）： チームプレゼンテーション</p> <p>第14回 最終プレゼンテーション： フィードバックと振り返り</p>

	<p>教員の実務経験と授業との関連性について</p> <p>担当教員が、M&A アドバイザリー会社、経営戦略コンサルティング会社及び事業会社事業開発部門における M&A、M&A 後の統合 (PMI)、戦略的アライアンス、事業ポートフォリオマネジメント、グループ経営管理、事業戦略立案、財務戦略立案、統合報告等に関わる実務経験を踏まえて、事業投資における意思決定の考慮要件及びリスク管理の要諦を講義内容に反映する。</p> <p>(職歴)</p> <p>□1999年8月～2010年10月：株式会社 KPMG FAS</p> <p>□2010年10月～2013年4月：株式会社ローランド・ベルガー</p> <p>□2013年5月～2016年7月：新日本有限責任監査法人</p> <p>□2016年8月～2018年3月：フロンティア・マネジメント株式会社</p> <p>・2018年4月～2019年8月：パナソニック株式会社</p> <p>□2019年9月～：株式会社NTTデータ経営研究所</p> <p>□2020年12月～：未来経営パートナーズ合同会社</p> <p>アクティブ・ラーニングの実施内容</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□PBL (課題解決型学習)、□反転授業 (教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式)、□ディベート、□その他 ()、□実施していない</p> <p>(ICT を活用した) 双方型授業の実施</p> <p>□平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()</p>
<p>成績評価の 基準と方法</p>	<p>成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 30%</p> <p>■授業内での挙手発言 15%</p> <p>■グループワーク 15%</p> <p>■プレゼンテーション 40%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>① 授業内での挙手発言 (15%) 及びグループワークへの貢献 (15%)： 評価ウェイト 30%</p> <p>② 最終プレゼンテーション： 評価ウェイト 40%</p> <p>③ 課題レポート (第4回、第6回、第8回終了時に課題を周知)： 評価ウェイト 30%</p> <p>・成績評価の基準</p> <p>① 授業内での挙手発言及びグループワークへの貢献： 自身の洞察、経験知の共有、建設的かつ真摯な課題や改善点の指摘等、他の受講生の理論及び実務知識の習得に有益な発言をし、相互学習に貢献していること。</p> <p>② 最終プレゼンテーション： 授業で学習した基礎理論及びメソドロジーを課題選定企業に的確に使用して評価分析を実施し、意思決定者の視点で当該企業の課題と対応策の方向性について、明確な論理展開と意見表明をしていること。</p> <p>③ 課題レポート： 授業で学習した基礎理論及びメソドロジーを的確に使用して評価分析を</p>

	<p>実施し、自らが意思決定者であることを想定した適切な課題と対応策の提言ができること。</p> <p>課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>□授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト： 毎回、レジュメを配布する。</p> <p>参考文献：</p> <p>田中慎一、保田隆明・著、『コーポレートファイナンス 戦略と実践』ダイヤモンド社、2019年、ISBN：978-4478105412</p> <p>人見 健・著、『M&A 失敗の本質』ダイヤモンド社、2021年、ISBN：978-4478112755</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業3日前までにアップロードする。 <p>課題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示する。 <p>準備学習について【重要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前は C plus に掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること。 ・授業で出た課題については必ず取り組むこと。 ・その他の予習・復習等にかかわる準備学習は、授業内での指示のとおり行うこと。

科目名	リアルオプションと企業戦略
担当者	服部 徹
履修条件	概ね文系レベルの数学、EXCELの操作を前提とする。
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的：不確実性下の経営の意思決定に金融のオプション理論を応用するリアルオプションの基本的な考え方を理解し、国内外の企業における設備投資や研究開発投資の意思決定、事業価値評価への応用事例の分析を通じて、現実の経営の意思決定に内包される様々なオプションを理解すること、その価値を定量的に評価する手法を習得することを目的とする。</p> <p>到達目標：リアルオプションの考え方を現実の経営の意思決定に応用することの意義と限界を認識した上で、現実の経営戦略に内包されるオプション構造を発見する力を養い、自分自身でオプション評価モデルを使って、投資戦略の立案や事業価値の評価に活用できるようになることを到達目標とする。</p>
概要	<p>リアルオプションは、金融工学の理論に基づいて、不確実性下における企業の様々な戦略的意思決定を理解し、評価するために必要な考え方として知られている。本講義では、基本的なオプション理論を振り返り、企業の様々な戦略的意思決定に織り込まれているオプションの仕組みとそれがもたらす価値について理解を深める。また、国内外の企業の事例に基づくケース・スタディを通じて、様々なタイプのオプションの仕組みとその応用例について学び、戦略的意思決定を可能とするオプションを見出す力を養う。さらに、Excelを用いた演習を通じて、その価値評価を行い、より高度な戦略の策定を目指すための技法を学ぶ。</p>
授業計画	<p>第1回 不確実性下の戦略的意思決定 第2回 金融のオプションとその価値の考え方 第3回 従来の設備投資の意思決定 第4回 様々なリアルオプションとその考え方 第5回 基本的なオプション理論 第6回 【演習】延期オプションの評価 第7回 【演習】拡大・中止オプションの評価 第8回 【演習】段階オプションの評価 第9回 【演習】リアルオプション分析と意思決定の支援 第10回 【演習】リアルオプションの価値評価に必要なパラメータの推計手法 第11回 事例分析：エネルギー産業における応用 第12回 事例分析：研究開発投資・技術価値評価における応用 第13回 【演習】国内外の企業におけるリアルオプションの事例 第14回 【演習】リアルオプションの価値評価と戦略的意思決定への示唆</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （1996年4月～現在、一般財団法人電力中央研究所・社会経済研究所勤務）</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 □平日夜間オンライン授業：ZOOM ■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 40% ■授業内での挙手発言 20% ■プレゼンテーション 40% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <p>課題に関するレポート、プレゼンテーション、および授業への貢献点</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題に関するレポート、プレゼンテーションの割合：80% 評価基準：講義で指定する文献に関するレポートの提出や、リアルオプションの価値評価に関する演習課題のプレゼンテーションおよびそれに基づくレポートの提出を求める。基本的な考え方の理解度に加え、論理的な考察や具体的なエビデンス、独自の視点の有無を基準とする。 ・授業への貢献点：20% 評価基準：授業への参加、受講態度（積極的な質疑、建設的なコメント）を基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：毎回配布のレジユメによる。</p> <p>参考文献：[1] トム・コーブランド, ウラジミール・アンティカロフ[2002], 『決定版リアル・オプション』東洋経済新報社、ISBN：978-4492601075</p> <p>[2] マーサ・アムラム, ナリン・クラティラカ[2001], 『リアル・オプション』東洋経済新報社、ISBN：978-4492601051</p> <p>[3] レノ・トゥリジオリス[2001], 『リアルオプション』エコノミスト社、ISBN：978-4873151038</p> <p>[4] 今井潤一[2004], 『リアル・オプション—投資プロジェクト評価の工学的アプローチ』中央経済社、ISBN：978-4502374906</p> <p>[5] 日本リアルオプション学会[2006], 『リアルオプションと経営戦略』シグマベイスキャピタル、ISBN：978-4916106933</p> <p>[6] 加藤敦[2007], 『リアルオプションと IT ビジネス—基礎理論とケーススタディ』エコノミスト社、ISBN：978-4873151878</p> <p>[7] 川口有一郎[2004] 「リアルオプションの思考と技術」ダイヤモンド社、ISBN：978-4478210390</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示すること

	<p>とする。</p> <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none">・毎回授業前に C plus にレジユメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。また、授業の最後に課題が提示された場合は必ず取り組むこと。
--	---

科目名	ビジネスのための金融工学
担当者	山内 浩嗣
履修条件	特にないが、数式が出てくることが多いので、この点は了解してほしい(ただし講義で扱うものは殆どが文系数学レベル)。
科目の目的 ・到達目標	目的：金融工学的手法の基礎を身につけることによって、ビジネスリスクを計量的かつ意思決定論的に考えるフレームワークを身に付けること。金融デジタル化の大きな流れを理解すること。 目標：金融工学の基礎理論を用いた派生証券の価格評価手法を理解した上で、経営財務戦略におけるリスクを正しく評価・マネージできるようになること。金融デジタル化の概要が理解できるようになること。
概要	ビジネス上の意思決定では、金融工学の基礎知識や発想が活かせる場面がある。ビジネスの多段階的な意思決定問題はリアルオプションとして考えられる場合があるし、原材料などの価格変動リスクを派生証券でヘッジすれば利益を安定化させることができる。取引先の信用リスク管理は、ビジネスリスクの軽減に寄与する。 講義の前半では、株式などを原資産とする派生証券の価格評価の基礎を学んだ上で、派生証券やその価格評価手法がビジネス上の意思決定にも役立つことを学ぶ。 講義の後半では、複数の投資案件候補から最適な組合せを選択する等のビジネス上の意思決定に最適化手法が活用できることを学ぶ。さらに、金融でもデジタル化が進んでおり、データサイエンスの各手法が使われているので、その概要を学んだ上でテキストマイニングの分析作業を体験してもらおう。 本講義では、宿題、実習、期末レポートなどを通じて学んだことを実践していく。
授業計画	第1回 インTRODクシヨン (講義の概要説明、金融工学とは) 第2回 様々な派生証券の紹介、派生証券価格理論の概要、先渡・先物について 第3回 二項ツリーによる派生証券価格評価(1)：準備 第4回 二項ツリーによる派生証券価格評価(2)：基礎の理解 第5回 二項ツリーによる派生証券価格評価(3)：応用、連続時間モデルへの拡張 第6回 派生証券のリスクヘッジなど 第7回 信用リスクの評価方法 第8回 リアルオプションの概要 第9回 金融工学を用いたビジネスに関する意思決定問題の解決方法(最適化) (※：ゲストスピーカーによる講演) 第10回 金融データサイエンスの概要 第11回 テキストマイニングを体験(1)：分析の準備、基礎的な分析手法を学ぶ 第12回 テキストマイニングを体験(2)：有価証券報告書などの公開資料を分析 第13回 派生証券の組み合わせによる取引戦略、派生証券利用の失敗例に学ぶ 第14回 課題の発表、講義のまとめ 1999年4月～現在 (株)三菱UFJ トラスト投資工学研究所(略称 MTEC)に勤務。 信用リスク管理モデルの開発などに従事。 (※) ゲストスピーカー：慶應義塾大学理工学部准教授。MTEC で資産運用に関する研究に11年間従事した経験がある。

	<p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>□ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（）、□実施していない</p> <p>・（ICT を活用した）双方型授業の実施</p> <p>□平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（）、□実施していない</p>
成績評価の基準と方法	<p>【成績評価の方法】</p> <p>■課題レポート 40%</p> <p>■授業内での挙手発言 30%</p> <p>■最終レポート 30%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>【成績評価の基準】</p> <p>授業内での挙手発言 30%：授業への貢献度・受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）、ミニットペーパー等での講義に対するフィードバックを評価する。</p> <p>課題レポート・発表 40%：独自の視点があるか、分析方法と結果解釈の妥当性、計算の正確性、結果に対する考察の深さや論理性、資料の書きぶり、プレゼンテーションのスキルなどを評価する。</p> <p>期末レポート 30%：独自の視点があるか、講義で学んだことの活用度合いと妥当性、計算の正確性、考察の深さや論理性、レポートの書きぶり、などを評価する。</p> <p>【課題に対するフィードバックの方法】</p> <p>希望者に対してはメール等で講評する。また、提出物ごとに数点を教員が選び、講義中に講評の時間を設ける。</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：毎回レジュメを配布する。購入すべき図書は初回講義時に指示する。</p> <p>ジョン・ハル・著（三菱UFJモルガンスタンレー証券市場商品本部・訳）『フィナンシャルエンジニアリング 第9版』、きんざい、2016年、ISBN：978-4322121766</p> <p>末吉美喜・著『テキストマイニング入門：ExcelとKH Coderでわかるデータ分析』、オーム社、2019年、ISBN：978-4274222856</p> <p>三菱UFJトラスト投資工学研究所・編著『実践 金融データサイエンス 隠れた構造をあぶり出す6つのアプローチ』、日本経済新聞出版社、2018年、ISBN：978-4532134815</p>
特記事項	<p>・講義内容は、受講者のニーズや授業の進み方に応じて適宜変更する場合がある。</p> <p>・文系出身者でも理解できる授業を心掛けるので、数字や数式を見ても臆することなく、意欲的に取り組んで欲しい（論理の流れを理解することが大事）。</p> <p>・毎回の講義内容を積み上げながら学んでいくので、できるだけ休まないこと。講義を休んだ場合は必ずVODで自習すること。</p> <p>・分析は主にExcelを使う（アドインの「ソルバー」をインストールしておくこと）。テキストマイニングにはKH Coderというソフトを利用する（立命館大学・樋口耕一先生が開発しているソフト。Windows版のインストーラーは無償。ただしMac版は有償なので、Macで分析したい場合は購入が必要になることを了解しておいて欲しい）。</p>

教材配布の方法について

- ・授業開始前～履修申請期間は C plus の「講義照会」で配布する。
- ・履修確定後は「教材配布」に授業の3日前までにアップロードする。

課題・宿題の課題テーマの提示について

- ・授業ごとの課題・宿題については、締切1週間前までに課題テーマを提示する。

準備学習について【重要】

- ・毎回授業前は C plus に掲載するレジюмеに必ず目を通した上で出席すること。
- ・講義で出た課題については必ず取り組むこと。
- ・その他の予習・復習等にかかわる準備学習は、講義での指示のとおり行うこと。

科 目 名	ベンチャーファイナンス
担 当 者	海老澤 観
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的)</p> <p>ベンチャービジネスの社会的な役割は、イノベーションを牽引し社会変革を起こすことにある。そして、ベンチャー企業の特長や置かれている環境を理解することは、大企業の課題までも浮き彫りにする。また、ベンチャービジネスでは、社内外の人々を動かしていくことが求められる。その為には、単に受け売りの知識を伝達するのではなく、自ら自信をもって語れることが重要となる。そして、独自の視点、思考を持つことが強力な武器となる。単なるベンチャービジネスへの理解を深めることに止まらず、各自が独自の新規事業への視点、思考を構築することを目的とする。</p> <p>(到達目標)</p> <p>ベンチャー企業、大企業を問わず、新規事業を創出、成長、または評価するために必要な視点、思考を自ら構築する。そして、今後、それらを継続発展できる人材になることを最終目的とする。</p>
概 要	<p>授業名は「ベンチャーファイナンス」となっているが、ファイナンス系の内容は、ほとんどなく、数字ではなく「事象」を中心とした講義となる。その中でも、新規事業における独自の視点、思考の構築が中心的なテーマとなる。ベンチャー企業と大企業との対比や、それらを理解するために、ベンチャー企業、大企業を問わず、新規事業創出の課題を浮き彫りにする。また、ベンチャーキャピタルが行っているベンチャー企業への投資、及び、成長サポートは、新規事業創出における着眼点や、成功へのステップを表出させる。そして、それらの判断の背景には、社会がどのように動いているかなどマクロ的な視点や、技術進化、産業領域等を含めた、いろいろな要素を総合的・多角的に見ていくことが必要とされる。私のエレクトロニクス企業での技術戦略、事業戦略、新規事業等の経験や、その後のベンチャーキャピタルでの経験における、いくつもの事例や思考方法に加えて、受講される方々、ご自身の経験、思考方法を融合、発展させることにより、それぞれ独自の視点、思考の構築していく。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 講義：「講義の概要と紹介」</p> <p>第2回 講義：「ベンチャーキャピタル（VC）の役割」 副題：「ベンチャー企業を見つけ出し、成長をサポートし、社会を変革する」</p> <p>第3回 ワークショップ：「ベンチャー企業/新規事業の評価」</p> <p>第4回 講義：「VCが投資するベンチャー企業」 副題：「総合的/多角的視点」</p> <p>第5回 ワークショップ：「世の中の変化を予想する」</p> <p>第6回 講義：「第3次産業革命と第4次産業革命」 副題：「持続的イノベーションと破壊的イノベーション」</p> <p>第7回 講義：「アイデア創出/計画立案/計画実行」 副題：「大企業の常識は、ベンチャー企業の非常識」</p> <p>第8回 講義：「オープンイノベーションを実現するためのポイント」 副題：「オープンイノベーションは、外とつながることではなく、外とつながって中を変えること」</p> <p>第9回 ワークショップ：「自らの強みの検証」</p>

	<p>第10回 講義：「独自の視点、思考の生み出し方」 副題：「自らの中にある光るものとベンチャー企業の中にある光るもの」</p> <p>第11回 ワークショップ：「新型コロナウイルスによる変化」</p> <p>第12回 講義：「新型コロナウイルスをトリガーにした仮説」 副題「変化は新規事業創出の宝庫」</p> <p>第13～14回 「独自の視点、思考の発表、総評」</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について ソニーにおける技術戦略、事業戦略、新規事業創出、関連会社取締役等の経験と、モバイル・インターネットキャピタルにおけるファンド組成/ファンド運営、ベンチャー企業への投資、及び、育成を通じた各種経験、知見を活かした授業構成となっている。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、■その他（個人によるレポート作成、グループによるワークショップ後に、関連する内容の講義を行う）、□実施していない</p> <p>・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法 ■課題レポート 50% ■グループワーク 20% ■その他（最終発表） 30% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>基本的に加点法であり、秀逸な内容に関して加点していく。レポート内容では、提出することで基礎点が付く上に、自らの経験、知見を活かした、独自の視点、思考が表出された部分に加点を行う。基礎点に対して10 倍以上の加点が付く場合もある。ディスカッションの発言頻度、内容においては、基礎点はなく、提出されたレポートを題材としたワークショップの結果発表において、題材となったレポートから、さらに広げられた部分について評価する。最終発表は、独自の視点、思考が表出された部分に加えて、周囲に与える納得感に関しても加点の対象とする。各項目ごと、各人の加点を、その項目の総加点で割ったものを持ち点とし、全項目の持ち点の合計で評価を決定する。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・参考文献等	特になし

特記事項	<p>ほとんどの授業がワークショップと講座がセットになっており、それぞれの課題レポートを元にワークショップを開催し、講義につなげていく方式をとる。</p> <p><教材の配布の方法について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・思考の偏りを防ぐ意味で、基本、授業前での教材配布は行わず、履修後に「教材配布」にて講義資料を配布する。 <p><課題・宿題の課題テーマを提示について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題・宿題については、最初の講義にて、全ての課題テーマを提示した後、毎回、次週までの課題を再掲する。なお、レポートへのフィードバック等の関係上、締め切り日は、講義開催日の2日前（日曜日）に設定している。 <p><準備学習について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・提示する課題を必ず取り組むこと。ただし、課題に向けた事前調査を行う前に、調査前の時点での仮説を構築し、その仮説検証のための調査の順で行うことを推奨する。
------	---

科目名	特別講義（医療サービスビジネス）/特別講義（ヘルスケア産業における企業・財務分析）/ ファイナンス特別研究（ヘルスケア産業における企業・財務分析）
担当者	渡辺 英克
履修条件	条件は特になし。政策とビジネスの複眼で医療周辺分野を分析するので、双方に関心があることが望ましい。
科目の目的・到達目標	科目の目的：政策及びビジネスの双方について冷静に見る複眼を養うことを目的とする。具体的には、医療・介護分野の政策の現状、方向性と課題などについて理解を深めたのち、関連する各ビジネスの現状と可能性についての理解を深める。そして今後の新たなビジネスの可能性や、多くのケーススタディについて学んだ後、2040年に向けた政策並びにビジネスの展望を考えていく。 到達目標：受講生それぞれが、政策及びビジネスについての明確な意見を持つことができるようになることが目標。
概要	担当者は日本を代表する証券アナリストとして、27年間ヘルスケア分野に関して、政策やビジネスの分析を行ってきた。培われた経験を基に医療周辺分野のビジネスの現状と可能性などについての講義を行う。詳細は授業計画の通り。
授業計画	<p>第1回 医療保険制度の問題の所在、政策の方向性と妥当性</p> <p>第2回 介護保険制度の問題の所在、政策の方向性と妥当性</p> <p>第3回 病院経営の現状と可能性</p> <p>第4回 介護ビジネスの現状と可能性</p> <p>第5回 調剤薬局の現状と可能性</p> <p>第6回 医療周辺ビジネスの現状と可能性</p> <p>第7回 医療ITの現状と可能性</p> <p>第8回 医療機器の現状と課題</p> <p>第9回 新たなビジネスチャンスについて</p> <p>第10回 ケーススタディ(異業種参入)</p> <p>第11回 ケーススタディ(過去の成功事例)</p> <p>第12回 ケーススタディ(過去の停滞事例)</p> <p>第13回 ケーススタディ(経営者による講演を予定)</p> <p>第14回 2040年に向けた展望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について <ul style="list-style-type: none"> 1990年～2000年：株式会社野村総合研究所、野村証券株式会社金融研究所企業調査部勤務 1995年～ヘルスケアセクター担当 2000年～2021年：みずほ証券株式会社エクイティ調査部にてヘルスケアセクター担当 ・アクティブ・ラーニング要素 <ul style="list-style-type: none"> ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・(ICTを活用した) 双方型授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> □平日夜間オンライン授業：ZOOM

	<p>■土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法 ■課題レポート 25% ■授業内での挙手発言 50% ■最終レポート 25% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・成績評価の基準 課題レポート：課題に対して斬新なアイデアを提供できたか 授業内での挙手発言：的確な発言や質問の頻度 最終レポート：ロジカルかつ想像力のある提案ができているか</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>参考文献参考文献： 『教養としての社会保障』、香取照幸著、東洋経済新報社、2017年、ISBN：978-4492701447 『日本の医療、くらべてみたら10勝5敗3分けて世界一』、真野俊樹著、講談社α新書、2017年、ISBN：978-4062729802 『患者目線の医療改革』、渡辺英克著、日本経済新聞出版、2019年、ISBN：978-4532358297</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について【重要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前にC plusに掲載するレジメに必ず目を通した上で出席すること。 ・授業の最後に提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	グローバル経営法務
担 当 者	吉田 愛
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：グローバル経営に関連する法およびその適用の基礎を学ぶことを目的とする。 到達目標：グローバル経営に関連する法分野の全体像を把握するとともに、ビジネスの展開でツールとして用いるべき法分野についての検討が可能となる。
概 要	国際的な企業の経営に関連の深い法分野を実務的視点に立って学習する。グローバルなビジネス展開に必要な法的枠組理解の端緒とすることを目的とする。国際取引、紛争解決、資金調達の各分野を順次取り上げ、日本法と海外の法制度を比較しつつ基本的な概念を分かりやすく解説する。また、具体的事案を挙げて議論することによって、双方向性を確保しつつ、受講者の関心と理解を深める。なお、担当者が海事法分野を専門としていることから、船舶融資及び海上運送に関する条約や国際法上の問題点についても、適宜講義する。課題の一環として、履修生は検討と場合によりプレゼンテーションを行い、期末までにその内容をレポートとしてまとめる。
授 業 計 画	<p>第1回 講義の概要と紹介</p> <p>第2回 グローバルビジネス法務－世界の弁護士とどう付き合うか</p> <p>第3回 国際取引の相手方・海外SPCの概要・タックスヘイブン等</p> <p>第4回 国際取引に用いられる英文契約書の基礎知識</p> <p>第5回 各種英文契約書の解説</p> <p>第6回 国際取引に用いられる英文契約書における準拠法・管轄・仲裁合意，国際取引における紛争解決制度（裁判・仲裁）</p> <p>第7回 国際取引の準拠法－国際私法の問題</p> <p>第8回 国際売買契約</p> <p>第9回 貿易取引実務－貿易取引の流れ、概観</p> <p>第10回 貿易取引実務－海上運送、船荷証券を巡る紛争事例</p> <p>第11回 貿易取引実務－市場調査と取引先の決定、取引条件と契約、インコタームズと価格算定</p> <p>第12回 貿易取引実務－最近の相談事例、越境ECなど</p> <p>第13回 国際倒産</p> <p>第14回 まとめ等</p> <p>第13回、14回に、場合によっては、海外で活躍する人物をゲスト講師として呼ぶかもしれません。その場合には国際倒産を前倒しで行います。初回授業までには告知します。</p> <p>2001年から－2021年10月まで マリタックス法律事務所弁護士 2021年11月から独立し、吉田愛 法律事務所設立 2006年 ニューヨークの Blank Rome LLP にて研修 2019年 7月から 共栄セキュリティサービス（株） 社外監査役</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、□グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、</p>

	<p>□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・（ICT を活用した）双方型授業の実施</p> <p>□平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>■土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>□授業内での挙手発言 70%</p> <p>□最終レポート 30%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>レポートおよび授業におけるプレゼンテーション、ディスカッション等の発言頻度、内容による（レポート30%、授業70%とする）。</p> <p>出席率、授業中に積極的な発言が見られるか、およびレポートは複数の課題のうち、自らが興味のあるものを選択し、法律文献を調査して一定の結論を論理的に導けるかを評価します。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：適宜授業で配布する。</p>
特記事項	<p>各授業において、積極的に発言し、意欲的に取り組むことが望まれる。</p> <p>毎回授業前に C plus にレジユメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。また、授業の最後に課題が提示された場合は必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	租税戦略・事業再生と法務
担 当 者	吉田 愛, 泉 絢也, 林 直美
履 修 条 件	「経営法務概論」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的)</p> <p>事業再生がどのように実現するのか、広く倒産法制全体の構成を含めた知識を学ぶとともに、そのような事態に租税法がどのように関与しているのか、通常の場合のビジネスと税との関係も含めて、具体的に検討していくことを通じて、ビジネスの中における利害調整の重要さとそれを進めていくための租税戦略について会得することを目的とする。</p> <p>(到達目標)</p> <p>事業再生における利害関係の調整の仕組みや、法人税法の基礎知識・企業再生税制の仕組みを理解し、説明できるようになること又は租税戦略等を提案できるようになることを目標とする。</p>
概 要	前半は倒産処理制度及び事業再生の各種手法について、具体的なケースを用いて解説を行う。後半は、租税法（法人税法）の基礎からスタートして、貸し倒れ認定、寄附金、組織再編税制の問題など、具体的な税法上の問題点や事例にまで触れていく予定である。
授 業 計 画	<p>第1回 ガイダンス（吉田・林）</p> <p>第2回 租税法の基礎（泉）</p> <p>第3回 破産手続（1）（吉田）</p> <p>第4回 破産手続（2）（吉田）</p> <p>第5回 民事再生手続（林）</p> <p>第6回 各種契約の処理（林）</p> <p>第7回 各種の事業再生の手法（林）</p> <p>第8回 レポート発表・講評（吉田・林）</p> <p>第9回 租税法における貸倒れ認定（泉）</p> <p>第10回 企業再生税制と寄附金の基礎（泉）</p> <p>第11回 企業再生税制と寄附金の応用（泉）</p> <p>第12回 組織再編税制と繰越欠損金の基礎（泉）</p> <p>第13回 組織再編税制と繰越欠損金の応用（泉）</p> <p>第14回 レポート発表・講評（泉）</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について（吉田）</p> <p>2001年より弁護士。破産手続開始申立、民事再生手続開始の申立てなどの実務経験を有する。（林）</p> <p>2019年より弁護士。倒産系法律事務所に勤務する若手であり、数多くの管財人代理、民事再生監督委員補助者、破産申立などの案件を手掛ける。（泉）</p> <p>国税局審理課で企業再生・組織再編税制の相談を経験する担当教員が、実務経験を踏まえて、</p>

	<p>再建支援に関する税制について講義します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 <ul style="list-style-type: none"> ■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ■課題レポート 60% ■授業内での挙手発言 20% ■プレゼンテーション 20% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題レポート：事業再生における利害関係の調整の仕組みや、法人税法の基礎知識や企業再生税制の仕組みについて正しく理解できているか、論理性や具体性はあるかを基準とする。 ・授業内での挙手発言：講義での発言や質問がクラス全体の学びに繋がった回数とその度合いを基準とする。 ・プレゼンテーション：与えられた時間内で端的にわかりやすく説明ができているかを基準とする。 <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <ul style="list-style-type: none"> ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う □その他（）
テキスト・参考文献等	<p>なし。講義資料等はポータル等を通じて事前配布する。また、参考文献は適宜紹介する。</p>
特記事項	<p>教材の配布方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は C plus の「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」に授業日の3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前に C plus に掲載するレジユメに必ず目を通して上で出席すること。 ・講義で出た課題については必ず取り組むこと。

科目名	知的財産戦略と法実務（経済法との交錯）/知的財産戦略と法実務
担当者	小坂 準記
履修条件	特段なし。
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的：ビジネスをスムーズに行っていくためには知的財産法に関する基礎知識は必須である。また、知的財産は戦略的に活用していく必要があることから、戦略を立案する力に加え、戦略を実行するための契約知識も必要になる。</p> <p>そこで、本科目では、(1) 知的財産法の基礎知識、(2) 知財戦略の立案能力、(3) 契約交渉能力の3つを獲得することを目的とする。</p> <p>到達目標：ビジネスの現場において戦略的観点から知的財産の活用をデザインできるようになることを目標とする。</p>
概要	<p>科目の前半では、著作権を中心とした知的財産法の基礎知識の習得と各ビジネス領域における具体的な知財戦略を検討する。課題レポートして受講者に具体的な知財戦略の立案をしてもらい、プレゼンテーションをしてもうことを予定している。</p> <p>科目の後半では、契約の基礎知識の習得と具体的な契約交渉の方法を検討する。最終レポートとして、契約書の検討をしてもらうことを予定している。</p>
授業計画	<p>第1回 イントロダクション：なぜ、知財戦略が必要なのか/法律と契約の違い</p> <p>第2回 著作権の基礎知識/「ネット炎上」時代の「引用」の使いこなし方</p> <p>第3回 映像ビジネスからみる知財戦略(1) 映像製作の法律と実務</p> <p>第4回 映像ビジネスからみる知財戦略(2) 映像利用の法律と実務</p> <p>第5回 スポーツビジネスからみる知財戦略</p> <p>第6回 ゲームビジネスからみる知財戦略</p> <p>第7回 商標法、不正競争防止法、特許法の基礎知識</p> <p>第8回 独禁法の基礎知識と下請法</p> <p>第9回 (演習) 知財戦略の立案(1) 知財戦略の具体的な立案</p> <p>第10回 (演習) 知財戦略の立案(2) 知財戦略の発表・ディスカッション</p> <p>第11回 ライセンス契約の実務(1) 知財戦略から見るライセンス契約・利用規約/契約は何のために 契約交渉、契約の成立</p> <p>第12回 ライセンス契約の実務(2) 契約の履行、不履行とその救済、ライセンス契約の終了をめぐるトラブル</p> <p>第13回 業務委託契約の実務 知財戦略からみる業務委託契約、業務委託契約で注意すべきポイント</p> <p>第14回 (演習) 契約交渉の実践(1) 契約書のレビュー/(2) 契約交渉</p> <p>教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について： 2008年12月より弁護士業務の主要業務の一つとして知的財産権関連の業務を一貫して行ってきており、様々なトラブル、裁判を担当したり、知財関連の契約交渉等を行ってきた経験を講義に反映させる。また、文化庁著作権課での勤務経験から法改正やロビイングに関する経験を講義に反映させる。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、□グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □リッカー、□タブレット端末、□その他（ ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 30% ■プレゼンテーション 20% ■最終レポート 30% ■その他（授業への貢献） 20% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 【課題レポート：30%】 知財戦略の立案を行い、自分なりの視点で問題を考察できているか、リスクマネジメント的な思考で知財戦略を検討しているか等を総合的に考慮する。 【プレゼンテーション：20%】 立案した知財戦略に関するプレゼンテーション。話し方、内容、資料等を総合的に考慮する。 【最終レポート：30%】 知財戦略を意識した視点から契約書を検討できているか、リスクマネジメント的な思考で知財戦略を検討しているか等を総合的に考慮する。 【その他（授業への貢献：20%）】 出席の頻度、授業中の発言、質問の回数・内容 課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法： 授業時間内で講評・解説の時間を設ける。
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：小坂準記編著『ライセンス契約書作成のポイント』（中央経済社）</p> <p>参考文献：なし</p>
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・授業日の3日前までにアップロードする。 ・毎回授業前に C plus にレジュメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。

科 目 名	対行政のビジネス法務
担 当 者	杉浦 宣彦, 石野 耕也, 保井 俊之, 小林 香
履 修 条 件	「経営法務概論」等、経営法務分野における基礎的な科目を事前に履修していることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：ビジネスを取り巻く法環境のうち、民事法以外、すなわち「行政法」と呼ばれる分野とその周辺範囲に関係したビジネス法務の知識を身につける。 到達目標：ビジネスを取り巻く様々な法制度や現在進行中のカレントな動きを理解し、それらとの調和・対抗策を図る方法を検討できるだけの知識等を体得すること。
概 要	従来、行政法規はビジネスにとってブレーキと考えるのが、一般的な考え方であったが、最近では、戦略法務という考え方の浸透とともに、行政が積極的にビジネスに働きかける動きやビジネスサイドや消費者サイドで様々な方法を使って、行政にプレッシャーをかけ、法制度や政策を変化させていく動きもある。現在は、地方創生や環境政策といった政策と法制度が結びつく形で、しかも、時にグローバルな動きと連携しながら、かなりのスピードで変化していく部分もあり、企業は、それらへの対応も要求されている。本講義では、各回ごとに、行政官やビジネス界で実際に行政とかかわり合いを強く持っている担当講師陣をゲストを加え、オムニバス形式で、様々な側面から変化しつつある「行政とビジネス法務」の関係について明らかにしてゆく予定だが、最近の情勢を鑑み、特に、地方創生や、原発事故以降、国民的関心事になっている環境問題については、重点的な配分を行い、講義を展開する予定である。なお、毎年、アップデートな課題を取り上げる、それに伴って講師を変更する場合もあるため、最終的な講義内容等については、M3スタート時に再度発表する。
授 業 計 画	第1回 イン트로ダクション 第2回 行政法基礎と行政の仕組み 第3回 「環境法 基礎」(法科大学院教授+環境問題有識者) 第4回 「環境行政の実態」(法科大学院教授+環境問題有識者) 第5回 「環境問題の最前線」(法科大学院教授+環境問題有識者) 第6回 「環境ビジネスの最前線」(法科大学院教授+環境問題有識者) 第7回 地方行政の実態と課題(元行政担当者) 第8回 地方行政とビジネス(元行政担当者) 第9回 社会イノベーションと行政・行政ルール(1) (行政官・大学特任教員): 社会イノベーションの理論 第10回 社会イノベーションと行政・行政ルール(2) (行政官・大学特任教員): イノベーションの実践とルールメイキング 第11回 「行政と企業」(1)(企業担当者等): 行政と企業のかかわり方 第12回 「行政と企業」(2)(企業担当者): 実践例から得られる示唆 第13回 「行政と企業・社会—規制や社会の変容への対応策」(1) (客員教授): 政策が社会に与えるインパクト 第14回 「行政と企業・社会—規制や社会の変容への対応策」(2) (客員教授): 規制や社会の変容にどのように対応すべきか (注意: オムニバス形式で展開されることから実際の講義の順序や内容がずれることがある。開講数か月前に詳細を発表する。) ・教員の実務経験(職歴、本務先)と授業との関連性について

	<p>担当ならびにコーディネーターをする教員自身も企業の法務担当や監督官庁での勤務を経験し、本講義のほかの担当講師もすべて、元行政官ないしは、行政と密接なかかわりを持ってきたメンバーである。一連の講義を通じて、行政の様々な側面とビジネスとの関連を知ることができるだろう。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input type="checkbox"/>グループワーク、<input type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>その他（ ） ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 <input checked="" type="checkbox"/>平日夜間オンライン授業：ZOOM <input type="checkbox"/>土日対面授業実施 <input type="checkbox"/>クリッカー、<input type="checkbox"/>タブレット端末、<input checked="" type="checkbox"/>その他（基本、オンライン講義だが、担当講師によっては対面授業を行う場合がある ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 <input checked="" type="checkbox"/>授業内での挙手発言 30% <input checked="" type="checkbox"/>最終レポート 70% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <p>質疑応答を含めた講義参加度 30%、最後に、終了時に提出してもらうレポート課題の内容を評価する。(70%)</p> <p>内容がオムニバス形式であることから、最終レポートは幅広いテーマから選択する内容となる。講義全体の目標への到達度はレポート内容で推し量ることができるが、その結果に加えて、講義参加度を加味する形で評価する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <input type="checkbox"/>授業時間内で講評・解説の時間を設ける <input checked="" type="checkbox"/>必要に応じ授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：各回ごとの資料を毎回講義数日前に C plus 経由で配布します。</p> <p>参考文献：行政法初心者は、参考書として『行政法入門（第7版）』（藤田宙靖著・有斐閣・2016年）などを読んでおくと講義の前の準備となるだろう。</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、ポータル経由で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業3日前までにアップロードする予定。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回テーマが違うので、講義前に必ず掲示されるレジюмеに目を通して講義にのぞむこと。 ・オムニバス形式でもあり、講義毎の課題等は出さないが、最終レポート等で、講義内容のうち一つを選んで内容や説明された課題について、自分なりの解決策等を書いてもらうことになるので、1回毎に内容を把握するような見直し復習をすることが望まれる。

科 目 名	労働関連法務
担 当 者	近藤 圭介
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：経営に必要な基本的な労務管理の知識を習得し、労務問題に適切に対処できる基礎を身につけることを目的とする。 到達目標：労働関連法規の全体像を理解し、各企業の実状に応じた人事労務政策を立案できるようになることを到達目標とする。
概 要	働き方改革が進む中、企業は、労働法の法規制を踏まえ、自社のポリシーに沿って会社を支える労働者を管理する施策として、いかなる人事制度を構築し、どのような人事政策をとるべきか、慎重に検討する必要がある。本講義では、最近、社会問題となっている長時間労働、ハラスメント等に焦点をあてながら、賃金、労働時間・休日、配転・出向、休職、懲戒、解雇等、労使間の基本的な法制度について解説した上で、各受講者に、過去に体験した労務問題、自社の人事制度等について積極的に発言してもらい、労働法をとりまく問題点について受講者全体で議論を深めたい。
授 業 計 画	<p>第1回 労働法の特徴 労働法における登場人物</p> <p>第2回 採用・採用内定・試用期間、労働契約、就業規則</p> <p>第3回 賃金</p> <p>第4回 労働時間・休暇</p> <p>第5回 労災・安全配慮義務（長時間労働の問題点）</p> <p>第6回 セクハラ、マタハラ</p> <p>第7回 パワハラ</p> <p>第8回 配転・出向、競業避止義務、引抜き、留学費用の返還等</p> <p>第9回 解雇（無能力解雇、整理解雇）</p> <p>第10回 有期雇用に関する規制</p> <p>第11回 年少者・女性の保護 育児介護休業法</p> <p>第12回 高齢者雇用安定法、障害者雇用促進法、パートタイム労働法</p> <p>第13回 労働者派遣法、偽装請負</p> <p>第14回 M&A と労働法、労働組合、その他</p> <p>・教員の実務経験の本授業への反映</p> <p>2007年から現在まで、TMI 総合法律事務所の弁護士として多くの企業に対し、各企業が直面する経営上の労務問題について具体的なアドバイスを行い、多くの経験を積んできた。こうした現場での経験を踏まえ、実際に、現場で直面する労務問題について、参加者の意見も聞きながらディスカッションを行い、解決方法について議論する。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、□グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■授業内での挙手発言 10% ■最終レポート 90% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の基準 最終レポート：90% (労働法の基本的な概念を踏まえ、的確に問題設定を行い、それに対して法律、規則、通達、裁判例等を抑えた上で、自分なりの解決策について論理的に検討できているかどうかを評価基準とする) 授業貢献の割合：10% (授業において講師から提示される問題に積極的に意見を言えるかどうか、自分が疑問に思ったことを授業において的確に問題提起できるか等を評価基準とする) <ul style="list-style-type: none"> ・課題 (レポート) に対するフィードバックの方法 希望者に対し、メール等でフィードバックを行う。
テキスト・ 参考文献等	<p>参考図書：森戸英幸『プレップ労働法 (第6版)』(弘文堂、2019年)、菅野和夫『労働法 (第12版)』(弘文堂、2019年)</p>
特記事項	<p>教材は C plus で配布する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・予習・復習等の準備学習について <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジュメに目を通した上で出席することが望ましい。</p>

科目名	経営法務特別研究 (M&A と契約・デューデリジェンス) / M&A と契約・デューデリジェンス
担当者	吉田 愛, 阿部 克巳
履修条件	特になし。
科目の目的・到達目標	目的: M&A を戦略的に活用するために、手続全体の流れ、デューデリジェンス、契約のポイント等を理解する。 目標: M&A に関与する場合に、M&A の全体像や重要なポイントを理解し、成功に導くことができるようになる。
概要	M&A (Merger & Acquisition) は、企業間でシナジー効果を期待して行われるもので、経営戦略の一手段としてその重要性が増している。本科目は、M&A を成功させるという観点から、実際のケースを参照しながら最新の実務上の論点を整理し、M&A の各プロセスや契約交渉上のポイントについて概説する。対象会社を調査するデューデリジェンスについても、目的、具体的内容、よく問題になる点とその対処法等について具体例をあげて解説する。
授業計画	<p>第1回 講義の目的と概要</p> <p>第2回 経営戦略としての M&A : M&A の意義と目的、手法の選択</p> <p>第3回 M&A のプロセス(1) : 相手方の選択からクロージングまで</p> <p>第4回 M&A のプロセス(2) : 売る側の視点、準備と交渉</p> <p>第5回 基本合意書作成のポイント</p> <p>第6回 デューデリジェンス総論 (プレーヤーの選択)</p> <p>第7回 デューデリジェンス(ビジネス DD)</p> <p>第8回 デューデリジェンス (税務・財務)</p> <p>第9回 デューデリジェンス (法務・労務)</p> <p>第10回 株価算定</p> <p>第11回 最終契約書作成のポイント</p> <p>第12回 PMI</p> <p>第13回 ケーススタディ</p> <p>第14回 総まとめ</p> <p>・教員の実務経験 (職歴、本務先) と授業との関連性について (阿部)</p> <p>公認会計士として25年にわたり、大手監査法人を経て、企業内外において M&A に関する業務・実務に携わり、大規模な案件から小規模案件まで、また、M&A の始まりからクロージングまで、数多くの M&A 案件を手がけている。</p> <p>(吉田)</p> <p>弁護士として20年以上の実務経験を有し、中小から大手企業まで幅広いデューデリジェンスを経験し、また M&A に関する契約締結に際し法的アドバイスを行ってきた。</p> <p>本講義では、M&A の全体を俯瞰し、実務上の留意点を解説しながら、法務的な側面を折に触れて解説していく形式です。受講生が M&A プロジェクトリーダー及びメンバーとして取り組めるような人材育成を目指す。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 ディスカッション、グループワーク ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他 () <p>クリッカーやアンケート機能を使い学生の反応を見ながら進める。</p>
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 □授業への貢献 40% □グループワーク 20% □最終レポート 40% 合計 100% <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>参考文献： 特になし。授業に集中して下さい。</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題・宿題については、締め切り1週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・毎回授業前に C plus にレジユメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。 <p>また、授業の最後に課題が提示された場合は必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	経営法務特別研究（財務行政とその課題）
担 当 者	杉浦 宣彦, 井上 浩
履 修 条 件	事前履修等の前提条件は特にない。国の財政、税制、地方創生・地域活性化等の政策や様々な支援・補助制度等に関心のある学生。
科目の目的・到達目標	<p><科目の目的></p> <p>財政システム（予算、税制等）は、我々の生活・ビジネスに密接に関連しており、その内容を理解することは、国や地方自治体などの政策を読み解き、ビジネスへの影響がどのようなものかにもつながる。また、国有財産の活用や起業や中小企業支援さらには、地方振興など様々な部分でも、国の財政による支援・補助の目的で様々な取り組み・制度がスタートしているが、制度や仕組みの複雑さなどもあり、予算が投じられているにもかかわらず、効率的な利活用がなされていないという現実がある。</p> <p>財務省関東財務局東京財務事務所と中央大学ビジネススクールとの連携講義を開講することで、担当官との対話を通じて、ビジネスの最前線にいる学生の皆さんに幅広く我が国の財政政策の動き、税制、国有財産制度や様々な支援制度等とそれらのビジネス世界への影響について理解を得ることを目的とする。</p> <p><到達目標></p> <p>多数ある政策金融制度などがビジネスにどう利活用できるかをこれまでの実例も含めて紹介することで、ビジネスの現場（起業を含めた新たなビジネス展開や中小企業・地方支援など）で各施策制度を効率的に利活用し、新たなビジネス展開に役立ててもらうことを目標とする。</p>
概 要	<p>毎回、財務本省、関東財務局等の行政官による講義（注）を通じて、我が国の財政・税制の現状や国有財産の有効活用などを学ぶ機会を提供する。また、現在、財務局では、自治体、金融機関等地域のネットワークを活用しながら地方創生支援にも取り組んでおり、これらの取り組みや制度も紹介する。</p> <p>各回とも、担当講師から制度や政策現場での経験・事例を解説するとともに、受講生との Q&A セッションならびにディスカッションを行う予定。</p> <p>（注）講師の選定等は、関東財務局東京財務事務所が担当。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 ガイダンス、財務省の組織と公会計（関東財務局総務部長）</p> <p>第2回 財政制度の概要（財務省主計局担当者）</p> <p>第3回 我が国の財政の現状と課題（財務省主計局予算編成担当者） ～財政からみた日本の現状と未来のための財政とは～</p> <p>第4回 我が国の財政の現状と課題についてのディスカッション（財務省主計局予算編成担当者） ～財政からみた日本の現状と未来のための財政とは～</p> <p>第5回 社会保障制度の現状と課題（厚生労働省政策統括官総合政策担当者） ～全世代型社会保障の実現に向けての施策とビジネスへの影響～</p> <p>第6回 社会保障制度の現状と課題についてのディスカッション（厚生労働省政策統括官総合政策担当者） ～全世代型社会保障の実現に向けての施策とビジネスへの影響～</p> <p>第7回 税務行政を取り巻く課題（今後の税制について等）（財務省主税局担当者もしくは東京国税局担当者） ～近年の税法をめぐる考え方とビジネスへの影響・対処方法～</p> <p>第8回 税務行政を取り巻く課題についてのディスカッション（今後の税制等） （財務省主税局担当者もしくは東京国税局担当者） ～近年の税法をめぐる考え方とビジネスへの影響・対処方法～</p> <p>第9回 国有財産制度と国有財産の有効活用（関東財務局国有財産担当幹部もしくは財務省</p>

	<p>理財局担当者) ～地域社会に密着した国有財産の利活用の方法～</p> <p>第10回 国有財産制度と国有財産の有効活用についてのディスカッション (関東財務局国有財産担当幹部もしくは財務省理財局担当者)</p> <p>第11回 財政投融资制度と具体的活用事例 (財務省理財局財政投融资担当者ならびに政府系金融機関担当者) ～財政投融资制度のビジネスへの活用方法～</p> <p>第12回 財政投融资制度と具体的活用事例についてのディスカッション (財務省理財局財政投融资担当者ならびに政府系金融機関担当者) ～財政投融资制度のビジネスへの活用方法～</p> <p>第13回 地方創生支援の取組 (関東財務局総務部長、関東経済産業局、日本政策金融公庫担当者) ～行政・金融機関・企業とのコラボレーションの実態～</p> <p>第14回 地方創生支援の取組についてのディスカッション (関東財務局総務部長、関東経済産業局、日本政策金融公庫担当者) ～行政・金融機関・企業とのコラボレーションの実態～</p> <p>講義の流れ (ポイント)</p> <p>1 コマ目 座学授業【(時事問題も絡めた) 現在の制度説明と課題、近い将来の方向性】 ⇒民間の企業出身者が多く、あまり行政に馴染みが薄いことから、冒頭は、時事ネタなどをまじえて、実用的な話しやケーススタディなどを織り込む。また今、こうこう仕事をしているというだけではなく、こういう課題を抱えており、将来、こういう解決策を講じていくという進行で行う。最後に質疑応答の時間を設ける。</p> <p>2 コマ目 受講生とのディスカッションと Q&A ⇒ディスカッションでは、講義日 1 週間前までにテーマを提示し、学生との討論を行う。(又は、他のアクティブラーニングを行う場合もある。) 最後に質疑応答とアンケートへ記入する時間を設ける。</p> <p>教員の実務経験 (職歴、本務先) と授業との関連性については、各回ごとの講師の役職を参照。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL (課題解決型学習)、□反転授業 (教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式)、□ディベート、□その他 ()、□実施していない</p> <p>・(ICT を活用した) 双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業 : ZOOM</p> <p>□土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法・基準</p> <p>■課題レポート 50%</p> <p>■授業内での挙手発言 50%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p>

	<p>①課題レポート：第1回～8回講義に関する感想及び意見等（テーマ：財政） 第9回～14回講義に関する感想及び意見等（テーマ：地方創生、地域連携） 各テーマに関するオリジナリティ（自分なりの提案、着眼点）、用語の正確性、講義の正しい理解、等</p> <p>②授業内での挙手発言：授業への参加・貢献度、受講態度（意見の表明、他の学生と協調して学ぶ態度、ディスカッションでの発言頻度等）の状況を基準とします。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <p>□授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・参考文献等	レジュメ等を配布する
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は C plus の「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」に授業日の3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること。 ・講義で出た課題については必ず取り組むこと。

科 目 名	特別講義（金融行政とその課題）
担 当 者	杉浦 宣彦, 若原 幸雄
履 修 条 件	特にないが、広く金融ビジネスや財務会計に関心のある者、できれば、「金融法務」、「対行政のビジネス法務」などを受講、または並行履修していることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：毎回招へいする金融庁の行政官による講義を通じて、金融機関関係者にとっては金融規制・監督の考え方を知り、金融ビジネスや金融・資本市場のあり方を考察する機会を、また、企業財務の担当者にとっては企業開示や資金調達面での法務・実務のあり方を学ぶ機会を提供することを目的とする。 到達目標：金融行政の現状と課題を知ること、企業のファイナンスならびに法務戦略を考え、コンプライアンスならびにファイナンス戦略を実際に策定するための能力を身につける。
概 要	2008年のサブプライムローン問題に端を発する金融・資本市場の混乱は、金融規制（法体系）のあり方や実際の金融機関への監督のあり方を考え直す契機を与え、国際的な広がりを持ってその作業が進められている。現実のビジネスにおいては、金融機関は銀行法や保険業法、金融商品取引法において規制されており、企業サイドは資本市場における規制または（間接金融の利用を通じて）金融機関に対する規制の影響を受けている。このような金融規制の動きについて、行政官による講義を通じて、その背景や趣旨を理解した上で向き合うことで、規制の趣旨を過度に保守的に解釈することなく、それぞれのビジネスにおける適切なコンプライアンスや企業としての規制への対応策を考える機会となるだろう。
授 業 計 画	第1回 金融行政の概観（1）：我が国の金融の実情 第2回 金融行政の概観（2）：金融行政の仕組み 第3回 大手金融機関の経営についての現状と行政から見た課題（1）： 大手金融機関の経営状況 第4回 大手金融機関の経営についての現状と行政から見た課題（2）： 行政から見た経営課題 第5回 地域金融機関の現状とリレーションシップバンキングの考え方（1）： 地域金融機関が置かれている現状 第6回 地域金融機関の現状とリレーションシップバンキングの考え方（2）： リレーションシップバンキングとは 第7回 金融検査と評価制度の着眼点（1）：金融検査の手法 第8回 金融検査と評価制度の着眼点（2）：評価制度の考え方 第9回 ディスクロージャー制度とコーポレートガバナンス（1）： ディスクロージャー制度の内容・背景 第10回 ディスクロージャー制度とコーポレートガバナンス（2）： コーポレートガバナンスコード 第11回 資本市場の実務トレンドと監督制度（1）：資本市場の現状 第12回 資本市場の実務トレンドと監督制度（2）：資本市場をめぐる監督制度 第13回 国際的な金融規制のあり方 第14回 新たな金融ビジネスへの対応（フィンテック法制など） （注意：講義時点のカレントな話題の重要性の変化などに応じて順序、内容が変わることがある。また、金融庁内の異動等に伴い、担当講師が変わることもある。）

	<ul style="list-style-type: none"> ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 担当ならびにコーディネーターをする教員は元金融庁研究官であり、また、主に講義を担当するのはすべて金融庁幹部職員である。 ・アクティブ・ラーニング要素 □ディスカッション、□グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、<input checked="" type="checkbox"/> その他（基本的に金融庁職員による講義が中心となるが、Q&A などを通じてのディスカッションなども部分的にある。）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 <input checked="" type="checkbox"/> 平日夜間オンライン授業：ZOOM <input checked="" type="checkbox"/> 土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、<input checked="" type="checkbox"/> その他（平日オンライン、土日は対面実施の予定だが、国政の動向により担当する行政官の来校ができない場合等もあり、講義方法が変わる可能性がある。）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 <input checked="" type="checkbox"/> 授業内での挙手発言 20% <input checked="" type="checkbox"/> 最終レポート 80% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 授業への出席状況を含む、講義への参加度（20%）ならびに期末のレポート内容（80%）を総合的に評価する。 主に、最終レポートの内容を金融庁担当者と担当教員で採点を行い、そこからうかがえる理解度で評価するが、その結果に加えて、講義への参加度を加味する形にする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 □授業時間内で講評・解説の時間を設ける <input checked="" type="checkbox"/> 必要に応じ、授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：毎回、レジュメ・資料を C plus を通じて配布します。 参考文献：開講時に指示します。</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、ポータルで配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・授業3日前までにアップロードする予定。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・専門性が高い講義なので、事前に掲示されたレジュメに目を通して講義に臨むこと。 ・最終レポートでは、金融行政についての大きな課題と個別の課題についてきく課題を出す予定であり、毎回の講義で得た知識の復習・確認といった復習が必要となる。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	特別講義（ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える）
担 当 者	杉浦 宣彦, 山本 秀男, 石井 夏生利, 岩隈 道洋, 小向 太郎
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：インターネット上に展開されるサービスのアーキテクチャに対する基本的な理解を前提に、セキュリティと法制度・ガバナンスの観点から問題発見・解決に向けた思考方法を身につける。 到達目標：文献および事例によって基礎的な技術的背景、制度的背景の理解を深め、ケースディスカッションによって問題解決に向けた思考方法を身につける。
概 要	インターネットを基盤としたビジネス展開には、アーキテクチャに対する基本的な理解と、それを利用する社会制度および人間行動の理解が不可欠である。インターネットはもはや社会基盤であり、イノベーションは社会的責任をとらなければならない。ソーシャルメディアの発展、ID およびデータの活用、さらには AI の活用など、技術とそのビジネスへの展開は日々変化しており、利用者の利便性を向上させると同時に、情報の安全性やプライバシーに対する適切な取り扱いが求められる。本講義では、特に安心・安全という観点から、サービスの設計と構造について考える。
授 業 計 画	<p>第1回 ガイダンス（杉浦）</p> <p>第2回 ネットワーク時代の法制度：総論（杉浦）</p> <p>第3回 情報プライバシー権（石井）</p> <p>第4回 ICT ビジネスと公共政策（石井）</p> <p>第5回 シェアリングサービスと法（小向）</p> <p>第6回 情報通信プラットフォームビジネスの進化と法（小向）</p> <p>第7回 イノベーションと規制（山本）</p> <p>第8回 電子通信プラットフォームの進化（山本）</p> <p>第9回 医学における同意とプライバシー（岩隈）</p> <p>第10回 信用スコアとプライバシー（岩隈）</p> <p>第11回 コンテンツビジネスと著作権（杉浦）</p> <p>第12回 AI と法（杉浦）</p> <p>第13回 ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える（1） 討議（全員）</p> <p>第14回 ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える（2） プレゼンテーション（全員）</p> <p>・実務経験のある教員による授業科目である場合、その旨をシラバスに明示してください。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、 □PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・（ICT を活用した）双方型授業の実施 <input checked="" type="checkbox"/>平日夜間オンライン授業：ZOOM</p>

	<p>□土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>☑授業内での挙手発言 20%</p> <p>☑課題レポート 30%</p> <p>☑最終レポート 50%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・レポート課題：80点 （課題レポート 各10点 * 3回（各教員1回） （最終レポート 50点）</p> <p>評価基準:用語が適切に理解されていること、論理的な記述になっていること、独自の視点があることを基準とする。</p> <p>・出席および講義への参加：20点 （出席およびディスカッション）評価基準:担当講師が取り上げたトピックに関しての考察の度合い、また独自の視点があるかを基準とする。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：なし。PowerPointを使用する。</p> <p>参考文献：講義内で随時紹介する</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 ・原則として授業3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・毎回授業前にC plusにレジユメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。また、授業の最後に課題が提示された場合は必ず取り組むこと。

科目名	特別講義（ヘルスケアビジネス）／特別講義（ヘルスケア制度・行政論）
担当者	田極 春美, 岩名 礼介
履修条件	医療・介護分野に関心があること。出席し、積極的に授業に参加できること。
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的: 人口減少社会においても、医療・介護といったヘルスケア分野におけるニーズは、今後もますます増加することが見込まれ、この分野に何らかの形で関わりを持つ人も増えるだろう。一方、ヘルスケア分野は様々な規制や制度改正がある。例えば、診療報酬や介護報酬の改定は経営にダイレクトに影響を与えるため、制度や改革の動向についての知識は必要不可欠である。したがって、この「ヘルスケアビジネス論」では、ヘルスケアビジネスを取り巻く経済・社会環境や制度、政策動向等、基礎知識を習得することを目的とした講義を行う。</p> <p>到達目標: ヘルスケア分野の環境（経済・社会指標の動向）、制度の概要、現在抱えている課題、最新の改革動向についての基礎知識を習得することを目標とする。</p>
概要	<p>ヘルスケアビジネス論では、基礎編として、公的医療保険制度・介護保険制度を中心に講義を行う。前半（又は後半）は医療を、後半（または前半）は介護を中心に進める予定である（具体的な最終日程は、講義開始時に改めて告知する）。まず、ヘルスケアビジネスを取り巻く環境を理解するため、社会のマクロ指標や家族、地域を含む生活領域の変化を概説する。その後、当産業・市場を理解する上で必要となる制度の基本設計、市場特性、行政計画の意義について解説する。さらに、これまでの厚生労働省の改革動向や諸外国の状況から、今後の市場の方向性について考察する。</p>
授業計画	<p>※講義内容は、部分的に変更することがある。</p> <p>第1回 わが国の医療制度が抱える今日的課題（オリエンテーション）</p> <p>第2回 わが国の医療保障制度の特徴</p> <p>第3回 高齢者医療制度の仕組みと問題点</p> <p>第4回 診療報酬制度の仕組みと改定のプロセス</p> <p>第5回 最新の診療報酬改定の内容</p> <p>第6回 ジェネリック医薬品、医療材料・機器を巡る動き</p> <p>第7回 諸外国の医療制度と最近の動向</p> <p>第8回 キーワードで考える「介護」の範囲と意味（オリエンテーション）</p> <p>第9回 わが国の介護保険制度の特徴と概要</p> <p>第10回 介護サービスの種類と内容</p> <p>第11回 介護報酬制度と介護事業所の経営実態</p> <p>第12回 近年における介護分野を取り巻く社会状況の変化</p> <p>第13回 多様化する介護施設と住まい</p> <p>第14回 介護保険の外にある介護ビジネス市場のこれから 共生社会における地域包括ケアシステムとは何か</p> <p>※講義の順番が入れ替わることもある。</p> <p>「教員の実務経験の本授業への反映」 【田極春美（医療分野担当）】</p> <p>1992年10月より三和総合研究所（社名変更により現在の三菱UFJリサーチ&コンサルティング）</p>

	<p>ング株式会社)等において、医療政策に関する調査研究事業に長年従事した経験をもとに、医療ビジネスを考える上で必要な医療や医療保険制度等の仕組みや政策動向についてマクロ的視点から講義する。また、報告書を多数執筆してきた経験をもとに、論文を執筆する上で有用な統計資料や公的資料の探し方などのノウハウも紹介する。</p> <p>【岩名礼介（介護分野担当）】</p> <p>1999年4月より三和総合研究所（社名変更により現在の三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）において、介護保険に関する調査研究事業に従事。2008年からは地域包括ケア研究会事務局としても活動。定期巡回随時対応型訪問介護看護の開発チームに関わる他、自治体や事業所に対するコンサルティング経験も活かし、本授業の介護ビジネス分野について、主に国の制度動向やマクロの視点から講義を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない <p>※受講者数や新型コロナ感染状況によりグループワークを実施しない可能性あり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・（ICTを活用した）双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 70% ■授業内での挙手発言 30% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>課題レポート 70% + 平常点 30%</p> <p>評価は二人の講師により行う。</p> <p><評価基準></p> <p>平常点では、講義時の発言・議論への参加貢献度、発言の内容について評価する。</p> <p>レポートは、①全体論旨、②文章力、③エビデンス・客観性、④知識（用語の正確性を含む）、⑤視点の独自性を評価し、その合計点を用いる。</p> <p>特に、③④については、講義中に言及した制度や事実を踏まえ適切な理解がなされているかの観点から評価する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：特になし（講師作成の資料は毎回配布）</p> <p>参考文献：</p> <p>医療経済研究機構「公的保険の給付範囲の見直しに関する研究報告書」</p> <p>島崎謙治「日本の医療 制度と政策」東京大学出版会</p> <p>健康保険組合連合会編「図表でみる医療保障」ぎょうせい</p>

	<p>田中滋監修、岩名礼介編著（2020）「地域包括ケアサクセスガイド」、メディカ出版 堀勝洋編「社会保障読本第三版」東洋経済新報社 池田省三「介護保険論- 福祉の解体と再生」中央法規 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング「＜地域包括ケア研究会＞ 地域包括ケアシステムの構築における今後の検討のための論点」 他、講義の中で、紹介する。</p>
特記事項	<p>●教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・履修確定後は、「教材配布」で配布する（事前に読み込むべき資料がある場合は、事前にアップロードする）。 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>毎回授業前に C plus にレジユメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。また、授業の最後に課題が提示された場合は必ず取り組むこと。</p>

科目名	フィールドラーニング1（戦略1）/フィールドラーニング（戦略1）
担当者	遠山 亮子
履修条件	経営戦略論、マーケティング戦略論を受講済みであることが望ましい。なお、この科目はM2とM3の両方を履修するものとする
科目の目的・到達目標	目的：現実の企業のケースを深掘りし、ケース企業にとってなにが課題かを発見し、CBSでこれまで学んできた知識を活かしてその課題解決に取り組むことによって、実際に現場で使える知識（Knowledge in use）へと変換する。 到達目標：チェンジ・リーダーとして現実の課題に対して、説得力のある戦略を立案し、ステークホルダーを巻き込んだ実践プランを提案できるようになること。
概要	この講義は、現実の経営戦略に関する課題に直面している企業（以下、ケース企業）にご協力いただき、履修者とケース企業がともに課題解決のための戦略オプションを提示することである。M2とM3にわたって取り組むことになるが、前半のM2では、自社分析、業界構造分析、マーケティング、財務などの多角的な視点から課題を抽出し、フレーミングし、経営戦略を構想する。ケース企業は関東一円にスーパーマーケットを展開している株式会社カスミを予定している。
授業計画	<p>第1回 イン트로ダクション、</p> <p>第2回 ケース企業の経営幹部の講演および質疑応答</p> <p>第3回 ケース企業を取り巻く環境変化</p> <p>第4回 ケース企業を取り巻く環境変化：課題抽出</p> <p>第5回 ケース企業の業界構造分析</p> <p>第6回 ケース企業の競争優位性分析</p> <p>第7回 ケース企業のマーケティング分析</p> <p>第8回 ケース企業のマーケティング分析：課題抽出</p> <p>第9回 ケース企業の財務分析</p> <p>第10回 ケース企業の財務分析：課題抽出</p> <p>第11回 チームによるケース企業分析と課題抽出</p> <p>第12回 チームによるケース企業分析と課題抽出</p> <p>第13回 中間報告会</p> <p>第14回 中間報告の振り返りとフィールド調査の設計</p>
	<p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、■フィールドワーク、■PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>※ハイブリッド授業として実施します。グループワークが中心となりますので、受講者はできるだけ対面で受講してください。</p> <p>□土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>

成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■プレゼンテーション 30% ■その他（「7つの力」の到達度によるルーブリック評価） 70% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <p>この科目は相対評価ではなく、中間発表（課題設定の深堀度やオリジナリティ）および「7つの力」（問題発見・解決力、戦略構想力、現状理解力、巻き込み力、資源動員力、ネットワーキング力、コンプライアンス力）の到達度による絶対評価となります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <p>参考文献：講義で都度紹介する</p>
特記事項	<p>この講義は、ケース企業が現実に直面している課題に向き合うものなので、ケース企業の事情によって講義内容が前後する場合があったり、ケース企業の聞き取り調査を行ったりする場合があります。したがって、ケース企業と履修者で相談しながら講義時間をフレキシブルに調整する場合もあることをご了承いただきたい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・予習・復習等の準備学習について <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科目名	フィールドラーニング1（戦略2）/フィールドラーニング（戦略2）
担当者	遠山 亮子
履修条件	M2においてフィールド・ラーニング（戦略1）を履修済みであること。
科目の目的・到達目標	目的：現実の企業のケースを深掘りし、ケース企業にとってなにが課題かを発見し、CBSでこれまで学んできた知識を活かしてその課題解決に取り組むことによって、実際に現場で使える知識（Knowledge in use）へと変換する。 到達目標：チェンジ・リーダーとして現実の課題に対して、説得力のある戦略を立案し、ステークホルダーを巻き込んだ実践プランを提案できるようになること。
概要	この講義は、現実の経営戦略に関する課題に直面している企業（以下、ケース企業）にご協力いただき、履修者とケース企業がともに課題解決のための戦略オプションを提示することである。M2とM3にわたって取り組むことになるが、M3ではM2での成果に基づき、ケース企業内にさらに深く入り込むことによって、課題の深掘りと課題解決策の探索と精緻化を行う。ケース企業は関東一円にスーパーマーケットを展開している株式会社カスミを予定している。
授業計画	<p>第1回 各チームのフィールド調査の結果の共有 第2回 各チームのフィールド調査の結果の共有 第3回 フィールド調査 第4回 フィールド調査 第5回 全体ディスカッション 第6回 全体ディスカッション 第7回 フィールド調査 第8回 フィールド調査 第9回 全体ディスカッション 第10回 全体ディスカッション 第11回 最終報告会の準備 第12回 最終報告会の準備 第13回 最終報告会 第14回 最終報告会・振り返り</p> <p>*第3回以降は、各チームのテーマと調査内容に合わせて、適宜適切な内容の講義とディスカッションを組み合わせて実施していく。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、■フィールドワーク、 □PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM ※ハイブリッド授業として実施します。グループワークが中心となりますので、受講者はできるだけ対面で受講してください。</p>

	<p>□土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■参加者による相互評価 10%</p> <p>■プレゼンテーション 40%</p> <p>■その他（「7つの力」の到達度によるルーブリック評価） 50%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>この科目は相対評価ではなく、最終報告（課題設定の面白さ、分析の深さ、課題解決策の完成度、オリジナリティ）および「7つの力」（問題発見・解決力、戦略構想力、現状理解力、巻き込み力、資源動員力、ネットワーキング力、コンプライアンス力）の到達度による絶対評価となります。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>□授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <p>参考書：講義にて指示する</p>
特記事項	<p>この講義は、ケース企業が現実に直面している課題に向き合うものなので、ケース企業の事情によって講義内容が前後する場合があったり、ケース企業の聞き取り調査を行ったりする場合があります。したがって、ケース企業と履修者で相談しながら講義時間をフレキシブルに調整する場合もあることをご了承いただきたい。</p> <p>・予習・復習等の準備学習について</p> <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	マーケティング特別研究（マーケティング研究法）／研究方法論基礎
担 当 者	松下 光司
履 修 条 件	論文の執筆を予定している学生、論文の執筆に関心のある学生を主な対象とする。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：課題論文や研究論文に取り組むために必要な方法論的基礎およびリサーチ・デザインについて理解すること。 到達目標：研究方法論やリサーチ・デザインについて理解を深め、論文の作成に必要な予備知識を獲得すること。
概 要	経営環境がめまぐるしく変化するビジネスの現場においては、既存のビジネスの経験や知識だけでは対応困難な事象が次々と現れている。そのため、ビジネススクールに所属する実務家学生も既存知識を身につけるだけでなく、論文の執筆を通じて新しい知識を創造する必要性が少なくない。ただし、リサーチによって新しい知識を創造するためには、適切な方法論的な基礎を持ちながらリサーチをデザインし、適切な手続きを踏んでいく必要がある。本科目は、論文執筆を目指す学生を主な対象としながら、リサーチのプロセスにおいて必要な方法論的基礎に関する知識を提供するものである。
授 業 計 画	<p>第1回 インTRODクシヨン：講義概要と内容</p> <p>第2回 リサーチのデザインとは何か</p> <p>第3回 リサーチ・デザインの設定</p> <p>第4回 良い研究の要件</p> <p>第5回 文献のレビューとは何か</p> <p>第6回 実証のロジック</p> <p>第7回 実証の手続き</p> <p>第8回 外部妥当性と内部妥当性</p> <p>第9回 研究の再現性</p> <p>第10回 面白い研究とは何か</p> <p>第11回 研究事例を用いたディスカッション（1）：レビュー論文の査読</p> <p>第12回 研究事例を用いたディスカッション（2）：実証論文の査読</p> <p>第13回 プレゼンテーション：各自の発表</p> <p>第14回 まとめ：より良い研究に向けて</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>□土日対面授業実施</p> <p>□リッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 40%</p>

	<p>■授業内での挙手発言 30%</p> <p>■プレゼンテーション 30%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・レポート：40% (10%×4=40%) 評価基準：学習事項の理解度</p> <p>・プレゼンテーション：30% 評価基準：学習事項の理解度、リサーチ・デザインの適切さ、</p> <p>・授業への参加・貢献度：30% 評価基準：発言の回数や内容の適切さ、他の学生と協調して学ぶ態度</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 □授業時間に限らず、個別にフィードバックを行う</p>
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト：講義開始時に指示をする。</p> <p>参考文献： 阿部周造、(2013年)『消費者行動研究と方法』、千倉書房 田村正紀、(2006年)『リサーチ・デザイン』、白桃書房 高野陽太郎・岡 隆（編著）、(2004年)『心理学研究法 心を見つめる科学のまなざし』、有斐閣</p>
<p>特記事項</p>	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。 ・ 履修確定後は、C-Plusの「教材配布」で配布する。 <p>予習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ テキストの指定箇所を熟読したうえで、講義に出席すること。 <p>ディスカッション課題の提出について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ディスカッション課題は、授業日前日までにポータルに提出すること。 <p>プレゼンテーションについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 受講生自身の研究課題について準備し、報告すること。 ・ 予習・復習等の準備学習について <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。</p>

科 目 名	社会調査法
担 当 者	大西 浩志
履 修 条 件	サーベイ・リサーチ手法を学習していくうえで共通基礎の統計学を学修してあることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	<p><科目の目標> サーベイ・リサーチは実証研究を進めるうえで欠かせない社会科学の道具である。データを正しく解釈して論証できるようになることを目指す。</p> <p><科目の目的> データにもとづいて論証する能力を養っておくことは、研究者を志す人はもちろん、戦略経営を担うリーダーにとっても重要である。</p> <p><到達目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ・リサーチ課題を論理的に整理し、実証研究計画を立てられるようになる ・調査手法を学び、適切な調査を計画し実施できるようになる ・多変量解析などの分析手法の特徴を理解し、SPSS等のソフトウェアで実施できるようになる
概 要	本講義ではサーベイ・リサーチの基礎となる方法論を述べ、次に調査票の作成、グラフ表現とその解釈について講義する。また、実践的なデータ分析手法についても紹介する。リサーチメソッドの修得には、座学よりも参加型の学習が有効なので、授業中に課題実習や統計ソフトSPSSを使ったデータ分析実習などインタラクティブな授業運営をする。知識の暗記ではなく、創造的に課題を解決しようとする姿勢が大切である。
授 業 計 画	<p>第1回 講義概要・サーベイ・リサーチとは</p> <p>第2回 サーベイ・リサーチの役割</p> <p>第3回 調査手法と基本設計</p> <p>第4回 定量的調査手法&サンプリング</p> <p>第5回 調査票の作成①手順と注意点</p> <p>第6回 調査票の作成②実習</p> <p>第7回 定性的調査手法・実験的調査法①手順と注意点</p> <p>第8回 定性的調査手法・実験的調査法②実習</p> <p>第9回 データの集計【実習】</p> <p>第10回 グラフによるデータの可視化【実習】</p> <p>第11回 2変数間の関連分析（相関と回帰）【実習】</p> <p>第12回 統計的仮説検定【実習】</p> <p>第13回 多変量解析法①判別分析、因子分析、クラスター分析など【実習】</p> <p>第14回 多変量解析法②共分散構造分析【実習】</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （株式会社電通勤務 2011年－2016年 食品会社、自動車メーカー、金融機関などのマーケティング計画と実施を担当して、本講義で扱うマーケティング調査を管理実行した）</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、○グループワーク、○プレゼンテーション、■実習、○フィールドワーク、○PBL（課題解決型学習）、○反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入</p>

	<p>れ替えた学習形式)、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他 ()、<input type="checkbox"/>実施していない</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業: ZOOM、<input type="checkbox"/>土日対面授業実施、<input type="checkbox"/>クリッカー、<input type="checkbox"/>タブレット端末、<input type="checkbox"/>その他 () ・課題(中間試験やレポート等)に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う <input type="checkbox"/>その他 ()
成績評価の 基準と方法	<p>成績評価の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■課題レポート 20% ■授業内での挙手発言 40% ■最終レポート 40% <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業への参加・貢献度(発言や質問が授業に貢献したか等)と毎回の課題への取り組みを評価する ・学期末に課す最終レポートは、分析内容や考察の度合い、また独自の視点があるかを基準とする
テキスト・ 参考文献等	<p><参考文献></p> <p>近藤・島崎・大竹「課題解決型マーケティング・リサーチ 基礎編」生産性出版、2008年 小田利勝「ウルトラ・ビギナーのための SPSS による統計解析入門」プレアデス出版、2007年</p> <p><その他></p> <p>照井・佐藤(2013)『現代マーケティング・リサーチ -- 市場を読み解くデータ分析』有斐閣 中野(2018)『マーケティングリサーチとデータ分析の基本』すばる舎</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「講義照会」で配布をする。 ・授業日の3日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・指定したテキストや参考書、レジюме(C plus への掲載)を事前に読み込むこと ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について【重要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コース後半【実習】で IBM SPSS ver.25 を使ったデータ解析演習を行う <p>貸出し PC を利用するか、各自 PC に IBM SPSS Statistics Premium Grad Pack 28 大学生協版(学生版)を Amazon または、生協で購入しインストールしておくこと。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеに必ず目を通して上で出席すること。 ・授業にて提示する宿題に必ず取り組むこと。

科 目 名	ケース研究法
担 当 者	犬飼 知徳
履 修 条 件	CBS の課題研究や論文において具体的な事例研究を行なおうと考えている、もしくは、まだ具体的なアプローチは決めていないが事例研究的なアプローチも選択肢として考えている学生が対象である。
科目の目的 ・到達目標	目的：この講義の目的は、事例研究の方法論と具体的なスキルの習得を通じて、プロジェクト研究における論文 A、論文 B、課題研究のクオリティを向上させることである。 目標：到達目的は、具体的な事例を社会科学的に説明することができるようになることである。
概 要	履修者は各自のテーマに沿って具体的な事例研究をステップ・バイ・ステップで進めていく。具体的には、次の3ステップを何回か繰り返していく。 ①事例研究の進め方についてレクチャーをした後に、そのレクチャーに関する課題を提示する。 ②各自その課題について文章を作成した上で、講義中に発表してもらい、全員でディスカッションする。 ③それらのフィードバックを受けて文章を書き直す。
授 業 計 画	第1回 インTRODクション 事例研究から優れた知見を得るためには 第2回 因果推論の基礎 事例研究に限らず、理論構築に必要な基礎知識を学ぶ。(基本的にレクチャー) 第3回 単一事例研究の考え方と留意点 『ケーススタディの方法』を読み、単一事例研究を行なう場合の考え方と留意点について考える。 第4回 複数事例研究の考え方と留意点 『ケーススタディの方法』を読み、複数事例を用いた比較事例研究の考え方と留意点について考える。 第5回 経営学における事例研究の考え方① 第6回 経営学における事例研究の考え方② 『行為の経営学』を読み、事例研究と定量的な実証研究の考え方の違いを理解するとともに、その違いを実際の業績にどのように反映するのかを学ぶ。 第7回 事例研究のピアレビュー① 第1回で設定した自分の研究テーマに沿って、事例研究の研究計画を作成し、全員で共有する。 第8回 経営学における優れた事例研究を読む① 第9回 経営学における優れた事例研究を読む② 第10回 経営学における優れた事例研究を読む③ 3回にわたって、青島・藤原(2019)『イノベーションの長期メカニズム』を読み、事例研究による説明論理を理解する。 第11回 経営学における優れた事例研究を読む④ 第12回 経営学における優れた事例研究を読む⑤ Gilbert(2005)を読み、複数事例研究による説明論理を理解する。 第13回 事例研究のピアレビュー② 第14回 事例研究のピアレビュー③

	<ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/>ディスカッション、<input type="checkbox"/>グループワーク、<input type="checkbox"/>プレゼンテーション、<input checked="" type="checkbox"/>実習、<input type="checkbox"/>フィールドワーク、<input type="checkbox"/>PBL（課題解決型学習）、<input type="checkbox"/>反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、<input type="checkbox"/>ディベート、<input type="checkbox"/>その他（ ）、<input type="checkbox"/>実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ■平日夜間オンライン授業：ZOOM <input type="checkbox"/>土日対面授業実施 <input type="checkbox"/>クリッカー、<input type="checkbox"/>タブレット端末、<input type="checkbox"/>その他（ ）
成績評価の 基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/>課題レポート 30% <input type="checkbox"/>授業内での挙手発言 30% <input type="checkbox"/>最終レポート 40% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 毎回の要約レジュメの提出 30% 毎回の発言などのクラス貢献：30% 最終レポート 40% <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/>授業時間内で講評・解説の時間を設ける <input type="checkbox"/>授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：</p> <p>イン、ロバート・K（2011）『新装版 ケーススタディの方法（第2版）』千倉書房。 沼上幹（2000）『行為の経営学：経営学における意図せざる結果の探求』白桃書房。</p> <p>参考文献：</p> <p>佐藤郁哉（2015）『社会調査の考え方（上）』東京大学出版会。 佐藤郁哉（2002）『フィールドワークの技法：問いを育てる、仮説をきたえる』新曜社。 佐藤郁哉（2015）『社会調査の考え方（下）』東京大学出版会。 井上達彦（2014）『ブラックスワンの経営学：通説を覆した世界最優秀のケーススタディ』日経PB社。</p> <p>リーディング・アサインメント（候補）：</p> <p>青島矢一・藤原雅俊（2019）『イノベーションの長期メカニズム：逆浸透膜の技術開発史』東洋経済新報社。 Gilbert, C. G. (2005), “ Unbundling the structure of inertia: Resource versus routine rigidity, Academy of Management Journal, Vol.48, No.5, pp741-763.</p> <p>*リーディングアサインメントは、講義初回に改めて案内するので、事前に購入しなくとも良い。</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。

<p>準備学習について【重要】</p> <p>毎回の講義で提示するリーディング・アサインメントを読み、課題を考え、レジюме（徐々に論文に近づけていく）を次回の講義までに C plus にアップする。</p>
--

科 目 名	ビジネス・データ分析
担 当 者	土田 尚弘
履 修 条 件	「統計学」「マーケティング」に関係する科目を履修していることが望ましいが、必要条件とはしません。
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的) ソフトウェアを使って、ビジネス・データ(売上データ、顧客データなど)や、アンケートデータに関する基礎的な分析技術の習得を目的とします。</p> <p>(到達目標) 主体的に目的を設定し、適切な手法を選択して、ビジネスの現場や学術調査でのデータ分析を行い、かつ適切な解釈ができることを到達目標とします。</p>
概 要	<p>データ分析の初学者を対象として、公的データ、売上データ、アンケート・データ、会計データなどの様々なビジネス・データを使って、ExcelとRなどを使って実際に分析をしていきます。</p> <p>授業は、①基礎的な内容の説明、②ソフトウェアを使った分析実習と結果についてのディスカッション、③次回の予告を基本として行います。</p> <p>高度な統計技術習得というより、「考える」と「やってみる」のサイクルをなるべく繰り返して、実際にすぐにビジネスの現場、論文作成で使えるスキルを着実に身に付けていくことを目指します。</p> <p>なお高度な数学表現は使わないようにしますが、もし数学的表現を使う場合は、事前に予告して、かつ授業でフォローします。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 データ分析の基礎と集計 第2回 グラフの作成 第3回 記述統計①：データの代表値 第4回 記述統計②：共分散と相関係数 第5回 記述統計③：重回帰分析 第6回 推測統計①：平均の差の検定，比率の差の検定 第7回 推測統計②：カイ二乗検定 第8回 推測統計③：分散分析 第9回 応用分析①：一般化線形モデル 第10回 応用分析②：主成分分析，因子分析 第11回 機械学習の基礎 第12回 機械学習の応用 第13回 テキスト・マイニングの基礎 第14回 テキスト・マイニングの応用</p> <p>●大学教員以外の職歴がある場合の実務経験の内容 マーケティング・リサーチの企業でビジネス・データ分析に10年間携わる (2011年4月～2021年3月)</p> <p>●大学教員以外の職歴がある場合の実務経験に関連する授業内容 企業から請け負った実際のビジネス・データ分析経験と企業のデータ分析の研修の経験から講義をします</p>

	<p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・（ICT を活用した）双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>□土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p> <p>受講者の希望があれば、ハイブリッドの授業の日を設け、ハンズオンで指導することも可能です。</p> <p>また指定の時間には、Zoom を使った個人指導も可能です。</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 80%</p> <p>■授業内での挙手発言 10%</p> <p>■参加者による相互評価 10%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>・課題レポート：講義では、毎回、</p> <p>①【授業内】演習問題</p> <p>②【宿題】授業でやった内容の演習問題</p> <p>③【宿題】次回の予習問題（基礎的な概念を調べてきてもらう。数学的な予習など）</p> <p>が課され、計算の正確性や統計的な妥当性から評価をします。</p> <p>なお、それを授業内で相互評価してもらうこともあります。</p> <p>・授業内での挙手発言:授業への参加・貢献度、受講態度(意見の表明、他の学生と協調して学ぶ態度等)の状況を基準とします。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>□授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを毎回</p>
テキスト・参考文献等	<p><テキスト></p> <p>テキストは利用せず資料を配布（ダウンロード）します。</p> <p><参考文献></p> <p>生田目崇、「マーケティングのための統計分析」、オーム社（2017）</p> <p>菅民郎、「Excel で学ぶ多変量解析入門」、オーム社(2013)</p> <p>本橋永至、「R で学ぶ統計データ分析」、オーム社（2015）</p> <p>朝野熙彦「入門 多変量解析の実際」、ちくま学芸文庫(2018)</p>

特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」で配布をする。 <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示することとする。 <p>準備学習について【重要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業で提示する課題に必ず取り組むこと。
------	---

科目名	プロジェクト研究 I
担当者	生稲 史彦、石島 博、石崎 篤史、犬飼 知徳、大西 浩志、佐藤 博樹、新藤 晴臣、杉浦 宣彦、高村 静、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、松下 光司、真野 俊樹、山内 浩嗣、山本 秀男、吉田 愛
概要	1人または数人の教員が関連する専門分野の中からプロジェクトテーマを設定し、そのテーマを選択した学生を対象に演習を行う。少人数のグループワークで徹底的な調査・分析・討論を行うことを通じて、入学後の学修の成果の集大成をはかる。事例研究、フィールドワーク等も必要に応じて行い、最終的には、プロジェクト・レポートを提出し、評価の対象とする。
科目の目的・到達目標	目的：担当教員の指定するテーマについて個別あるいは共同の研究調査を行う。 目標：講義科目で修得した理論的知識、ツールを用いて、担当教員の指定するテーマについて、実務上の課題とその解決の方法と念頭に置きながら、研究調査を行う。
成績評価の基準と方法	授業への貢献、プレゼンテーションの内容、プロジェクト・レポートによる。
履修条件	特になし。
授業計画	<p>第1回・第2回 研究調査課題および体制について打ち合わせ（研究調査において解決する実務上の課題の特定）</p> <p>第3回～第6回 調査対象について概要と調査計画を発表（実務上の課題とその解決方法を念頭に）</p> <p>第7回～第15回 担当教員の指定する文献について報告・討論を行う。</p> <p>第16回～第18回 各グループの実態調査研究の進捗・結果について中間発表を行う。</p> <p>第19回～第27回 実態調査研究テーマに関連して担当教員の指定する文献について報告・討論を行う。</p> <p>第28回 最終的な調査研究報告を行う。</p>
テキスト・参考文献等	
その他特記事項	個別テーマ等については別途プロジェクト研究募集要項を配布します。

科目名	プロジェクト研究Ⅱ
担当者	生稲 史彦、石島 博、石崎 篤史、犬飼 知徳、大西 浩志、佐藤 博樹、新藤 晴臣、杉浦 宣彦、高村 静、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、松下 光司、真野 俊樹、山内 浩嗣、山本 秀男、吉田 愛
概要	プロジェクト研究Ⅱでは、各プロジェクト科目を1人の専任教員が担当し、その指導のもとで、プロジェクト研究Ⅰで学生が関心を深めたテーマについて、個人ごとに、又はグループでより深く研究・調査・分析を進める。この成果については、論文あるいは課題研究プロジェクト・レポートとしてまとめる。
科目の目的・到達目標	目的：特定のテーマについて個別あるいは共同の課題研究プロジェクト・レポートあるいは論文を執筆する。 目標：講義科目で修得した理論的な知識やツールと実務とを結びつけることを念頭に置きながら、実務上の課題解決に有用な戦略策定を目的とした成果を出す。
成績評価の基準と方法	授業への貢献、課題研究プロジェクト・レポート・論文の内容による。2017年度以前の入学生は、プロジェクト・レポート・研究論文・課題論文の内容による。
履修条件	プロジェクト研究Ⅰを履修済みであること。
授業計画	第1回・第2回 研究テーマ、調査課題の選択・検討 第3回～第6回 各自のテーマについて、導入的プレゼンテーションと質疑 第7回～第12回 研究スタイル別の討論検討 （1）論文・プロジェクトレポートの書き方について （2）実証研究の論文の書き方、ビジネスプランの作り方、ケーススタディの書き方などの執筆方法と方法論 （3）理論的研究（論文の場合） 第13回～第15回 各自のテーマについてアドバンスとな報告を行う 第16回～第24回 担当教員の推薦するテキストを割り当て、報告、ディスカッションの形式で読む、または実態調査等の進捗についてディスカッションを行う。 第25回～第28回 各自の成果について、準備作業の進捗に応じて個別あるいは少人数での指導を行う他に適宜、実態調査を行う。
テキスト・参考文献等	
その他特記事項	個別テーマ等については別途プロジェクト研究募集要項を配布します。

科目名	論文
担当者	生稲 史彦、石島 博、石崎 篤史、犬飼 知徳、大西 浩志、佐藤 博樹、新藤 晴臣、杉浦 宣彦、高村 静、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、松下 光司、真野 俊樹、山内 浩嗣、山本 秀男、吉田 愛
概要	学生（一人）がそれぞれの興味に従って研究テーマを設定し、より深い研究を進めることができるように指導を行い、論文を執筆することを目的とする。プロジェクト研究Ⅱにおいて、担当教員が課題選択、論文の構造化、参考文献の利用などについて助言を与えながら指導を行う。必要に応じて個別指導も行う。提出された論文は成果発表大会でのプレゼンテーション等を経て評価される。
科目の目的・到達目標	目的：特定のテーマについての論文の執筆 目標：講義科目で修得した理論的な知識やツールと実務とを結びつけることを念頭に置きながら実務上の課題解決に有用な戦略策定を目的とした成果を出す。博士後期課程への進学を希望する場合は、専攻文献の精査と学術的な新規性を目標とする。
成績評価の基準と方法	執筆した論文ならびに成果発表大会でのプレゼンテーション（口頭発表あるいはポスターセッション等での発表）の内容および論文完成までの学修状況によって評価する。
履修条件	特になし。
授業計画	第1回・第2回 研究テーマ、調査課題の選択・検討 第3回～第6回 各自のテーマについて、導入的プレゼンテーションと質疑 第7回～第12回 研究スタイル別の論文検討 (1)論文の書き方について (2)実証研究の論文 (3)理論的研究 第13回～第15回 各自のテーマについてアドバンストな報告を行う。 第16回～第24回 担当教員の推薦するテキストを割り当て、報告、ディスカッションの形式で読む、または実態調査等の進捗についてのディスカッションを行う。 第25回～第28回 各自の成果について、準備作業の進捗に応じて個別あるいは少人数での指導を行う他に適宜、実態調査を行う。
テキスト・参考文献等	指導教員が適宜指示する。
その他特記事項	

科目名	課題研究
担当者	生稲 史彦、石島 博、石崎 篤史、犬飼 知徳、大西 浩志、佐藤 博樹、新藤 晴臣、杉浦 宣彦、高村 静、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、松下 光司、真野 俊樹、山内 浩嗣、山本 秀男、吉田 愛
概要	学生がそれぞれの興味に従ってテーマを設定し、実務に資する成果としての課題研究を執筆することを目的とする。課題研究とは、フィールド・ラーニングの成果報告書、ビジネスプラン（事業計画書）、企業等のケーススタディなど、論文形式以外の報告書を、学生が個人あるいは複数名（2～3名）で執筆する成果物を指す。指導はプロジェクト研究Ⅰ・Ⅱ、フィールド・ラーニング等の授業において実施する。教員は課題研究作成のための助言を与える。提出された課題研究は成果報告大会でのプレゼンテーション等を経て評価される。
科目の目的・到達目標	目的：特定のテーマについての個別あるいは共同で行う課題研究の執筆 目標：講義科目で修得した理論的な知識やツールを用いて、具体的な実務に関連した成果を出す。
成績評価の基準と方法	執筆した課題研究ならびに成果報告大会でのプレゼンテーション（口頭発表、ポスターセッション等）の内容およびレポート完成までの学修状況によって評価する。
履修条件	特になし。
授業計画	第1回・第2回 テーマの選択・検討 第3回～第6回 各自のテーマについて、導入的プレゼンテーションと質疑 第7回～第12回 最終アウトプットに合わせた執筆指導 (1) ビジネスプラン（事業計画） (2) フィールド・ラーニング報告書 (3) ケーススタディ (4) その他 第13回～第15回 各自のテーマについてアドバンストな報告を行う 第16回～第24回 フィールドワークの実施、進捗報告、ディスカッション等を繰り返し行うことで、レポートの完成度を上げていく。 第25回～第28回 最終成果発表にむけて課題研究を完成させると同時に、成果発表準備を行う。
テキスト・参考文献等	指導教員の指示に従うこと。
その他特記事項	

科 目 名	経済学入門（2021年度以前入学者のみ履修可能）
担 当 者	藤田 康範
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：ビジネス環境を規定する経済現象を自分の視点から捉え、自分の頭で考える力を養成します。 到達目標：①マクロ経済学的概念を学び、GDP、利子率、政府支出等との相互作用を理解する。②家計と企業のミクロ経済学的行動原理を学び、ビジネスの成否を決定する効率性の原則を理解する。
概 要	本講義の基本的な目標は、社会人大学院生として必要な経済学の基礎知識を習得し、現実の経済メカニズムを理解する能力を養うことにあります。具体的には、第一に、GDPや投資、貯蓄などのマクロ経済学的概念、経済循環の構造、ひいては、GDPや経済成長の決定メカニズムを理解し、第二に、マクロ経済の背後にある個々の家計や企業のミクロ経済学的な行動原理を学びます。
授 業 計 画	第1回 講義の概要の紹介（ビジネスと経済学、マクロ経済学、ミクロ経済学とは何か等） 第2回 マクロ経済学の課題 第3回 有効需要の原理と乗数メカニズム 第4回 貨幣の需要と供給 信用創造と信用収縮 第5回 IS-LM 分析 第6回 金融政策と財政政策 第7回 ミクロ経済学の課題 第8回 消費者行動の理論 第9回 企業行動の理論 第10回 市場取引と資源配分 第11回 独占企業の理論 第12回 寡占競争の理論 第13回 市場の失敗 第14回 ゲーム理論と戦略的ポジショニング・総括 (以上はあくまでも計画であり、状況に応じて内容を変更する予定です。) ・アクティブ・ラーニング要素 <input checked="" type="checkbox"/> プレゼンテーション、 <input checked="" type="checkbox"/> ディスカッション、 <input type="checkbox"/> グループワーク、 <input type="checkbox"/> 実習、 <input type="checkbox"/> フィールドワーク、 <input type="checkbox"/> PBL（課題解決型学習）、 <input type="checkbox"/> 反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、 <input type="checkbox"/> ディベート、 <input type="checkbox"/> その他（ ）、 <input type="checkbox"/> 実施していない ・(ICTを活用した) 双方型授業の実施 <input checked="" type="checkbox"/> 平日夜間オンライン授業：ZOOM <input type="checkbox"/> 土日対面授業実施 <input type="checkbox"/> クリッカー、 <input type="checkbox"/> タブレット端末、 <input type="checkbox"/> その他（ ）
成績評価の 基準と方法	・成績評価の方法 ■授業内での挙手発言 20%

	<p>■プレゼンテーション 30%</p> <p>■最終レポート 50%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>最終レポート 50%</p> <p>評価基準：講義で説明した手法をどのくらい身につけたか、またどのくらい独自の視点があるかを基準とします。</p> <p>授業内での挙手発言 20%、プレゼンテーション 30%</p> <p>評価基準：60%以上の出席は単位認定の前提ですが、授業への参加・貢献度（発言や質問が授業に貢献したか等）、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）、プレゼンテーション等を基準とします。</p> <p>試験は行わない予定です。</p> <p>詳しくは、担当者が初回の講義時に説明します。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p><input type="checkbox"/>授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・参考文献等	<p>担当者が初回の講義時に説明します。</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は当日配布し、 ・履修確定後は「教材配布」に授業日前までにアップロードします。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示します。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講義で課題が出た場合には必ず取り組んで下さい。

科 目 名	経営学入門（2021年度以前入学者のみ履修可能）
担 当 者	幸田 達郎
履 修 条 件	特になし。ただし、学部時代に「経営学」やその関連科目を理解したことがない、またはすっかり忘れてしまったという学生を対象とした内容です。
科目の目的 ・到達目標	<p><科目の目的> 企業活動の主要な諸局面を分析するための基礎知識と思考の枠組の前提になっている考えかたを理解することが目標です。</p> <p><到達目標> CBSの他の科目が前提とする基本的な用語や考えかたを理解できる状態にすることが目標です。</p>
概 要	<p>経営学が扱う問題領域は多岐に渡るが、経営学入門としての本講義では、経営学の全体像を明らかにするために経営学の基本的な主題と理論について解説する。具体的には、経営要素を組み合わせる仕組みとしての会社制度や組織、もの作りの仕組みとしての生産システム、ヒトを動かす仕組みとしての人事労務管理、社会における企業の新しい役割などを企業経営の視点から学習する。</p> <p>全体の構成は以下の通り。</p> <p>経営学が扱う問題領域は多岐に渡るが、経営学入門としての本講義では、経営学の全体像を明らかにするために経営学の基本的な主題と理論について解説する。具体的には、経営要素を組み合わせる仕組みとしての会社制度や組織、もの作りの仕組みとしての生産システム、ヒトを動かす仕組みとしての人事労務管理、社会における企業の新しい役割などを企業経営の視点から学習する。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 経営学とは何か？／変貌する現代のビジネス</p> <p>第2回 企業の目的と成果／現代の会社制度と企業経営</p> <p>第3回 経営戦略の策定とその要素</p> <p>第4回 簡易ケースの検討</p> <p>第5回 コーポレート・ガバナンス／財務活動・資金の調達と投入</p> <p>第6回 生産活動／作業改善と産業の発展</p> <p>第7回 イノベーションと企業文化・組織変革、および企業倫理の改善／組織でのコミュニケーションと意思決定</p> <p>第8回 リーダーシップと組織・職務満足とワークモチベーション</p> <p>第9回 社会的変化と人事制度と運用</p> <p>第10回 能力や仕事の評価／職務上のキャリア</p> <p>第11回 消費者行動とマーケティング</p> <p>第12回 eマーケティング</p> <p>第13回 グループ経営／グローバル経営</p> <p>第14回 まとめの簡易ケースの検討</p> <p>以上を基本とするが、詳細は初回の講義時に説明します。</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （1989年～1990年、日本放送協会特別職制関連事業推進本部。1993年～1997年、同・総合企画室勤務。）経営戦略要素。 （2001年～2007年、コンサルティング会社勤務（複数社）。）経営戦略要素、人的資源管理</p>

	<p>要素。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 <p>グループワークとプレゼンテーションを行う回があります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない <ul style="list-style-type: none"> ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■授業内での挙手発言 10% ■グループワーク 30% ■最終レポート 60% 合計 100% <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>レポートと出席・授業への参加度から下記のとおり評価します。詳細は初回の講義時に説明いたします。</p> <p>授業中の議論への参加（発言内容）・貢献度 [評価基準：授業への参加・貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度（10%）とグループワークでの同様の評価(30%)、およびレポートの採点結果 [評価基準：基礎知識の理解の度合い、またその現実にあてはめることができる度合いを基準とする。]（60%）で評価します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：</p> <p>『現代経営入門』高橋・丹沢・花枝・三浦著（有斐閣ブックス, 2011年）。</p> <p>『基礎から学ぶ産業・組織心理学』幸田著（勁草書房, 2020年）。</p> <p>参考文献：</p> <p>必要な文献はその都度または前回の講義時に指示します。</p>
特記事項	<p>テキスト・参考文献以外の教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ほとんどの資料は、前回までの授業で事前に紙で配布します。 <p>オリジナルに作成する資料については以下の方法で配布する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布します。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布します。 ・授業3日前までにアップロードします。 <p>課題・宿題の課題テーマの提示について。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには課題テーマを提示します。予習、復習、グループ学習等にかかわる準備学習については指示のとおり行ってください。

科 目 名	企業会計入門（2021年度以前入学者のみ履修可能）
担 当 者	越智 信仁
履 修 条 件	簿記の実務経験があると望ましい。
科目の目的・到達目標	科目の目的：企業の決算書の作成および内容の理解・分析に必要な会計に関する基礎知識の習得を目的とする。 到達目標：貸借対照表を通して資産・負債・純資産の内容、評価基準および関係を理解し、また損益計算書を通して収益・費用の内容および計上基準を理解し、財務諸表を読む力を身につける。
概 要	企業会計の基礎的理論を解説する。総論として、会計の意義、種類、機能などの基礎的特質、会計を成り立たせている基本構造（簿記構造や制度的枠組み）を理解する。各論では、損益・資産・負債・純資産（資本）の各会計領域について学ぶ。なお、講義にあたっては、企業における事例も参照しながら、会計及び会計基準が経営に与える影響についてディスカッションを通して考える。
授 業 計 画	<p>授業計画 事例演習等も適宜交えつつ、以下のテーマについて解説を行う。</p> <p>第1回 インTRODクシヨン：講義の概要を紹介し、会計の意義や役割について説明する。</p> <p>第2回 会計の基礎構造：複式簿記の仕組みや基礎的前提について解説し、会計の仕組みを考える。</p> <p>第3回 簿記一巡の復習とともに、財務諸表との接続について考える。</p> <p>第4回 財務諸表の作成原理：貸借対照表と損益計算書の表示区分およびその作成原理について考える。</p> <p>第5回 キャッシュフロー計算書の会計：キャッシュフロー計算書の作成方法について解説し、その作成の意義について考える。</p> <p>第6回 経営分析の基礎：経営分析の基礎について解説し、それらの手法を特定の企業に適用する。</p> <p>第7回 損益会計：収益・費用の計上について解説するとともに、包括利益計算書の役割について考える。</p> <p>第8回 資産の会計：金銭債権、棚卸資産、有価証券、固定資産等の会計処理方法について解説し、その課題について考える。</p> <p>第9回 負債の会計：社債、引当金および退職給付債務などの負債の会計処理方法について解説し、その課題について考える。</p> <p>第10回 純資産の会計：純資産の会計における分類を解説し、資本と利益の区別について考える。</p> <p>第11回 プレゼンテーション&ディスカッション（1）：第1グループの発表と質疑応答</p> <p>第12回 プレゼンテーション&ディスカッション（2）：第2グループの発表と質疑応答</p> <p>第13回 プレゼンテーション&ディスカッション（3）：第3グループの発表と質疑応答</p> <p>第14回 プレゼンテーション&ディスカッション（4）：第4グループの発表と質疑応答</p> <p>・金融資産会計等の解説においては、金融実務経験（1984年4月～2015年3月、日本銀行勤務）も加味する。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■平日夜間オンライン授業：ZOOM □土日対面授業実施 □クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■授業内での挙手発言 20% ■プレゼンテーション等 20% ■最終レポート 60% 合計 100% ※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。 <p>授業中の演習や課題レポートの発表・討議等の内容や参画度合いによる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・最終レポートの割合：60% 評価基準：テーマ設定の適切性や掘り下げについての考察の度合い、独自の視点があるか等を基準とする。 ・授業内での挙手発言の割合：20% 評価基準：授業への参加・貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）を基準とする。 ・プレゼンテーション等の割合：20% 発表内容の明確さ、聞き手への訴求度合い、時間管理の適切性のほか、他者の発表に対しても積極的に質問・意見を述べる姿勢も重視する。 <p>3/5(60%)以上の出席をもって成績評価の対象とし、A 評価：全体の 20%程度以内、B 評価：全体の 30%程度以内を目安とする。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<p>テキストは使用せず講義資料をポータルサイトにアップロードする。容量を超える場合には Dropbox 等を活用したデータ授受を行う（「その他の記載事項」に記した「教材の配布の方法について」を要参照）。</p> <p>参考文献：授業中に指示する。</p>
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は「講義照会」（ないし容量を超える資料は Dropbox）で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」（ないし容量を超える資料は Dropbox）で配布をする。 ・Zoom 参加の受講生向けに、Dropbox フォルダからリンクを使って共有可能な状態にする予定（リンクは C-plus に貼り付ける予定）。 ・初回授業までに全授業の資料にアクセス可能とするが、追加資料が生じた場合には授業日の 3 日前までにアップロードする。 <p>課題・宿題の課題テーマを提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示すること

	<p>とする。</p> <ul style="list-style-type: none">・ 毎回授業前に C plus 等に講義資料が掲出された際は必ず目を通して上で出席すること。また、授業の最後に課題が提示された場合には必ず取り組むこと。
--	--

科目名	現代法学入門（2021年度以前入学者のみ履修可能）
担当者	遠藤 輝好, 岡 伸浩
履修条件	特になし
科目の目的・到達目標	<p>（科目目的）</p> <p>①経済取引契約を規律する一般法である民法ならびに関連法についての体系的・理論的な理解を深めるとともに、取引における法的紛争の実態とその予防方法などについて学ぶ。</p> <p>②会社に係る法制度および法規制について学ぶとともに、現在の企業をめぐる諸問題について基本的な理解を習得し、問題点を認識する。</p> <p>（到達目標）</p> <p>①体系的・論理的に民法を中心に法の仕組みについて修得する。</p> <p>②契約紛争のメカニズムやリスク管理のスキルを習得する。</p> <p>③企業をめぐる法規制に関して重要な法的ルールを学ぶとともに、現代社会における企業をめぐる諸問題を認識し、各自が問題意識を持って検討・考察する。</p>
概要	<p>本講義では、取引法制の中核をなす民法、とりわけ契約法の部分と紛争解決手段の基礎、ならびにすべての会社形態に共通する法規制としての会社法の総論部分や、その中核をなす株式会社の部分を中心に解説を行い、ロールプレイや事例を通じた議論等を挟みながら、実践的に基本的な法知識と考え方を習得する。</p>
授業計画	<p>第1回 ガイダンス（講義内容等）、現代法学入門総論</p> <p>第2回 民法の体系と理論</p> <p>第3回 企業法総論</p> <p>第4回 株主総会をめぐる諸問題</p> <p>第5回 契約法論（1）典型契約を中心として</p> <p>第6回 契約法論（2）契約書ドラフティング</p> <p>第7回 労働契約法</p> <p>第8回 労働契約法ワークショップ</p> <p>第9回 取締役会をめぐる諸問題</p> <p>第10回 コーポレートガバナンスをめぐる諸問題（1） 各種会社と株式会社の機関設計</p> <p>第11回 コーポレートガバナンスをめぐる諸問題（2） 会社法とコーポレートガバナンス・コードについて</p> <p>第12回 企業不祥事と役員の実務</p> <p>第13回 消費者契約法</p> <p>第14回 高齢者契約法</p> <p>・民商法に精通した弁護士が担当</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない</p> <p>・（ICTを活用した）双方型授業の実施</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p>

	<p>□土日対面授業実施</p> <p>□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）</p>
成績評価の 基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <p>■課題レポート 60%</p> <p>■授業内での挙手発言 40%</p> <p>合計 100%</p> <p>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</p> <p>民法部分は平常点 50%（レポート 30%、およびディスカッション等での発言頻度 20%、内容による）（50 点満点）、企業法部分は期末レポート 30%、ディスカッション等での発言頻度 20%（50 点満点）で評価し、民法部分と企業法部分の平均点によって最終評価する。</p> <p>課題（レポート等）に対するフィードバックは、基本的に、授業時間内で講評・解説の時間を設ける。</p> <p>・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>□授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>民法部分：開講時に指示する</p> <p>会社法部分：『会社法』（岡伸浩・弘文堂・2017 年）</p>
特記事項	<p>講義日前までにレジюмеや参考資料等は配布する予定だが、当日配布になる場合もある。課題がある場合には、事前に提示する予定。</p> <p>・予習・復習等の準備学習について</p> <p>毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題に必ず取り組むこと。</p>

索引（教員名 50 音順）

教員氏名	漢字科目名	学期	頁
愛場 吉子	特別講義（ビジネス・コミュニケーション）／ビジネス・コミュニケーション	M 3	75
阿部 克巳	経営法務特別研究（M&A と契約・デューデリジェンス）／M&A と契約・デューデリジェンス	M 3	168
栗津 恭一郎	コーチング	M 2	83
生稲 史彦	経営戦略論基礎/経営戦略論	M 1	14
	ビジネスエコノミクス/現代社会の経済学	M 4	10
	技術開発マネジメント論	M 1	93
	イノベーションの実践	M 3	91
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
	課題研究		197
池田 心豪	ダイバーシティマネジメント	M 4	136
池部 亮	アジアビジネス論	M 4	89
石井 夏生利	特別講義（ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える）	M 2	175
石崎 篤史	企業会計とファイナンスの基礎	M 2	22
		M 4	
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
石島 博	課題研究		197
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
石野 耕也	課題研究		197
	対行政のビジネス法務	M 4	164
	論文		196
	課題研究		197
石原 直子	人的資源特別研究（管理職の役割と部下マネジメント）	M 3	140
石橋 善一郎	財務報告論	M 3	62
泉 絢也	租税戦略・事業再生と法務	M 1	160
犬飼 知徳	戦略と組織	M 1	31
	ビジネスエコノミクス/現代社会の経済学	M 2	8
	グローバル経営戦略論	M 1	85

	ケース研究法	M 2	188
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
	課題研究		197
井上 浩	経営法務特別研究（財務行政とその課題）	M 3	170
岩隈 道洋	特別講義（ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える）	M 2	175
岩名 礼介	特別講義（ヘルスケアビジネス）／特別講義（ヘルスケア制度・行政論）	M 2	177
海老澤 観	ベンチャーファイナンス	M 3	153
海老原 嗣生	人的資源特別研究（日本企業の人材マネジメント） /日本企業の人材マネジメント	M 2	138
遠藤 輝好	現代法学入門	M 1	205
	経営法務概論	M 1 M 3	25
大西 浩志	ブランド戦略論	M 1 M 3	43
	マーケティング・コミュニケーション	M 4	123
	社会調査法	M 2	186
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
	課題研究		197
大野 宏	特別講義（組織開発とチームビルディング）／組織 開発とチームビルディング／チームビルディング とリーダーシップ	M 2	78
岡 伸浩	現代法学入門	M 1	205
	経営法務概論	M 1 M 3	25
荻野 勝彦	キャリア管理論	M 4	134
越智 信仁	企業会計入門	M 1	202
鹿住 倫世	中小企業論	M 4	108
木村 剛	Strategic Management and Global Leadership	春季 集中	116
幸田 達郎	経営学入門	M 1	200
小坂 準記	知的財産戦略と法実務（経済法との交錯）/知的財 産戦略と法実務	M 4	162

小林 香	対行政のビジネス法務	M 4	164
小向 太郎	特別講義（ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える）	M 2	175
近藤 圭介	労働関連法務	M 3	166
佐藤 博樹	人的資源管理/人的資源管理論	M 1	20
		M 3	
	インセンティブ・マネジメント	M 2	55
		M 4	
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
	課題研究		197
新藤 晴臣	ビジネスモデル戦略論	M 2	29
		M 4	
	ビジネスプランニング/アントレプレナーシップとビジネスプランニング	M 1	27
		M 3	
	アントレプレナーシップとベンチャービジネス/ベンチャービジネス論	春季 集中	106
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
課題研究		197	
杉浦 宣彦	経営法務概論	M 1	25
		M 3	
	コンプライアンス・内部統制と法実務	M 2	66
		M 4	
	金融市場と法	M 1	68
		M 3	
	対行政のビジネス法務	M 4	164
	特別講義（金融行政とその課題）	春季 集中	173
	特別講義（ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える）	M 2	175
	経営法務特別研究（財務行政とその課題）	M 3	170
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
	課題研究		197

鈴木 智大	コーポレートファイナンスと企業戦略	M 1	57
高田 昭英	特別講義（ビジネス交渉術）／ビジネス交渉術	M 4	80
高橋 康二	雇用管理	M 2	48
高村 静	雇用管理	M 4	50
	人材開発	M 3	52
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
	課題研究		197
田極 春美	特別講義（ヘルスケアビジネス）／特別講義（ヘルスケア制度・行政論）	M 2	177
土田 尚弘	マーケティング・リサーチ	M 4	120
	ビジネス・データ分析	M 3	191
露木 恵美子	リーダーシップコア	M 2	5
		M 4	
	戦略と組織	M 3	33
	特別講義（組織開発とチームビルディング）／組織開発とチームビルディング／チームビルディングとリーダーシップ	M 2	78
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
	課題研究		197
遠山 亮子	経営戦略論基礎/経営戦略論	M 1	12
		M 3	
	知識創造戦略論	M 2	36
		M 4	
	フィールドラーニング 1（戦略 1）／フィールドラーニング（戦略 1）	M 2	180
	フィールドラーニング 1（戦略 2）／フィールドラーニング（戦略 2）	M 3	182
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
論文		196	
課題研究		197	
戸谷 圭子	マーケティング特別研究（サービスマーケティング）	M 3	127
中村 博	マーケティング戦略論	M 3	18

	流通・営業戦略	M 2	45
		M 4	
	新製品マーケティング	M 4	132
	カスタマー・リレーションシップ・マネジメント	M 1	118
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
	課題研究		197
庭山 一郎	マーケティング特別研究 (B to Bマーケティング)	M 2	130
野間口 隆郎	新興国ビジネス戦略	M 4	87
服部 徹	リアルオプションと企業戦略	M 2	147
濱口 桂一郎	人的資源特別研究 (日本の労働法政策)	M 1	142
林 直美	租税戦略・事業再生と法務	M 1	160
人見 健	インベストメントと企業リスク管理	M 2	144
平田 智彦	ロジカルシンキング・デザインシンキング/デザインシンキング	M 1	73
藤田 康範	経済学入門	M 1	198
松下 光司	マーケティング戦略論	M 1	16
	消費者行動論	M 2	41
		M 4	
	マーケティング特別研究 (マーケティング研究法) / 研究方法論基礎	M 2	184
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
課題研究		197	
松八重 泰輔	戦略とゲーム理論	M 4	102
松本 慶	特別講義 (ビジネス交渉術) / ビジネス交渉術	M 4	80
真野 俊樹	高齢社会ビジネス	M 2	112
	ヘルスケア産業論	M 4	114
	ヘルスケアマーケティング	M 3	125
	ヘルスケアビジネス入門	M 1	110
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
課題研究		197	
本橋 潤子	企業の社会的責任	M 4	70

森尾 公仁子	特別講義（組織開発とチームビルディング）／組織開発とチームビルディング／チームビルディングとリーダーシップ	M 2	78
森谷 博之	コンプライアンス・内部統制と法実務	M 2	66
		M 4	
保井 俊之	対行政のビジネス法務	M 4	164
安田 洋史	アライアンス戦略論	M 1	104
山内 浩嗣	コーポレートファイナンスと企業戦略	M 3	59
	ビジネスのための金融工学	M 1	150
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
	課題研究		197
山本 秀男	ICT ガバナンスと企業戦略	M 2	38
		M 4	
	デジタル変革時代のサービス戦略	M 1	96
	特別講義（ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える）	M 2	175
	プログラムマネジメント	M 3	99
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
	課題研究		197
吉田 愛	グローバル経営法務	M 1	158
	経営法務特別研究（M&A と契約・デューデリジェンス）／M&A と契約・デューデリジェンス	M 3	168
	租税戦略・事業再生と法務	M 1	160
	プロジェクト研究 I		194
	プロジェクト研究 II		195
	論文		196
	課題研究		197
吉田 武史	特別講義（ビジネス交渉術）／ビジネス交渉術	M 4	80
吉田 知玄	コンプライアンス・内部統制と法実務	M 2	66
		M 4	
Christoph Rademacher	特別講義（ビジネス交渉術）／ビジネス交渉術	M 4	80
若原 幸雄	特別講義（金融行政とその課題）	春季 集中	173

渡辺 英克	特別講義（医療サービスビジネス）/特別講義（ヘルスケア産業における企業・財務分析）/ファイナンス特別研究（ヘルスケア産業における企業・財務分析）	M3	156
-------	--	----	-----



CHUO GRADUATE SCHOOL OF
STRATEGIC
MANAGEMENT

中央大学ビジネススクール
MBAプログラム