

中央大学ビジネススクール  
DBAプログラム(博士後期課程)



中央大学大学院 戦略経営研究科  
ビジネス科学専攻  
(博士後期課程)

# 目 次

授業科目担当者一覧	・・・・・・・・ 1
カリキュラムマップと科目ナンバリング	・・・・・・・・ 2
講義要項	・・・・・・・・ 5

※ 2023 年度の学年暦や授業時間については「授業時間割」  
をご確認ください。

# 授業科目担当者一覧

## リサーチメソッド

統計学	休講科目
ファイナンス統計	休講科目
社会調査法 ※	大西 浩志 . . . . . 5
ケース研究法 ※	犬飼 知徳 . . . . . 8
研究方法論基礎 ※	松下 光司 . . . . . 11

※：MBA と合併開講科目です。

## 講義

経営戦略特別研究（経営組織論）	犬飼 知徳 . . . . . 13
経営戦略特別研究（知識創造戦略論）	遠山 亮子 . . . . . 14
経営戦略特別研究（イノベーション戦略と組織）	竹田 陽子 . . . . . 15
経営戦略特別研究（戦略と組織）	露木恵美子 . . . . . 17
経営戦略特別研究（アントレプレナーシップ論）	新藤 晴臣 . . . . . 19
経営戦略特別研究（経営戦略とイノベーション）	生稲 史彦 . . . . . 21
経営戦略特別研究（ヘルスケアマネジメント）	真野 俊樹 . . . . . 22
マーケティング特別研究（流通論）	中村 博 . . . . . 24
マーケティング特別研究（消費者行動論）	松下 光司 . . . . . 25
人的資源管理特別研究（人的資源管理論）	島貫 智行 . . . . . 26
ファイナンス特別研究（コーポレート・ファイナンスと企業戦略）	大野 薫 . . . . . 27
ファイナンス特別研究（インベストメント）	大野 薫 . . . . . 28
ファイナンス特別研究（ファイナンスの理論と応用）	石島 博 . . . . . 29
経営法務特別研究（金融取引法務）	杉浦 宣彦 . . . . . 31

## 論文

### 研究指導 I・II・III

生稲 史彦、石島 博、犬飼 知徳、島貫 智行、新藤 晴臣、杉浦 宣彦、竹田 陽子、  
露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、松下 光司、真野 俊樹

# カリキュラムマップについて

カリキュラムマップとは、ディプロマ・ポリシー（学位授与の方針）に基づき、各科目が、卒業までに身につけるべき能力のどの項目と関連するのか、学習成果の達成にどの授業科目が寄与するかを示したものです。

◎最も強く関連、○強く関連、△やや関連

ナンバリング	区分	科目名	戦略経営に関する学術的知見	研究方法論に関する深い理解	実務上の課題を設定し解決する能力	体系化された研究を実行できる知識・能力
BS-MN6-1011	リサーチメゾット	統計学		○		
BS-MN6-1411	リサーチメゾット	ファイナンス統計		○		
BS-MN6-1012	リサーチメゾット	社会調査法		○	○	○
BS-MN6-1013	リサーチメゾット	ケース研究法		○	○	○
BS-MN6-1014	リサーチメゾット	研究方法論基礎		○		○
BS-MN6-2111	講義	経営戦略特別研究（経営組織論）	○		○	
BS-MN6-2112	講義	経営戦略特別研究（知識創造戦略論）	○		○	
BS-MN6-2113	講義	経営戦略特別研究（組織の経済学）	○		○	
BS-MN6-2114	講義	経営戦略特別研究（経営戦略とイノベーション）	○		○	
BS-MN6-2115	講義	経営戦略特別研究（戦略と組織）	○		○	
BS-MN6-2116	講義	経営戦略特別研究（ヘルスマネジメント）	○		○	
BS-MN6-2211	講義	マーケティング特別研究（流通論）	○		○	
BS-MN6-2212	講義	マーケティング特別研究（消費者行動論）	○		○	

BS-MN6-2311	講義	人的資源特別研究 (人的資源管理論)	○		○	
BS-MN6-2411	講義	ファイナンス特別研究 (コーポレート・ファイナンスと企業戦略)	○		○	
BS-MN6-2412	講義	ファイナンス特別研究 (ファイナンスの理論と応用)	○		○	
BS-MN6-2511	講義	経営法務特別研究 (金融取引法務)	○		○	
BS-MN6-3001	論文	論文(研究指導 I)	○	○	○	○
BS-MN6-3002	論文	論文(研究指導 II)	○	○	○	○
BS-MN6-3003	論文	論文(研究指導 III)	○	○	○	○

# 戦略経営研究科における科目ナンバリング採番ルール

AB-CD1-2345

① 学部・研究科 AB 英字	(ハイフン)	② 分野コード CD 英字	③ レベル 1 数字	(ハイフン)	④ 識別コード(1) 2	⑤ 識別コード(2) 3	⑥ 識別コード(3) 4	⑦ 識別コード(4) 5
全学共通コード表に基づいて採番					各組織の任意コードで採番 (授業形態を表示させる組織は「識別コード(4)」を使用し、授業形態コード表に基づいて採番する)			

※英字については、すべて「大文字」とする。

## 【BS-MN6-2111】

- ① 学部：研究科：「BS」 戦略経営研究科 Chuo Graduate School of Strategic Management
- ② 分野コード：「MN」 経営学 Management
- ③ レベルコード：「5」 【大学院】修士課程・専門職学位課程  
(Graduate)Master's Course/Professional degree  
「6」 【大学院】博士後期課程 (Graduate) Doctoral Course

## <戦略経営研究科における識別コード(1)～(4)の採番ルール>

### ■科目区分名 ④【識別コード(1)】

以下の表の通り、「科目区分名」を示します。

識別コード(1)	科目区分名	英語名称
1	リサーチメソッド	Methodology
2	講義	Lecture
3	論文	Dissertation

### ■分野名 ⑤【識別コード(2)】

以下の表の通り、「分野名」を示します。

識別コード(2)	分野名	英語名称
0	共通	Common
1	戦略	Strategy
2	マーケティング	Marketing
3	人的資源管理	Human Resource Management
4	ファイナンス	Finance
5	経営法務	Management Legal Affairs

### ■履修形態 ⑥⑦【識別コード(3)～(4)】

以下の表の通り、科目ごとの個別の通し番号を、「履修形態」として2桁の数字で示します。

識別コード(3)(4)	履修形態	英語名称
01～	必修科目	Compulsory
11～	選択必修科目	Compulsory Electives
51～	選択科目	Electives

科目名	社会調査法(MBA 合併科目)
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>&lt;科目の目標&gt; 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>&lt;科目の目的&gt; 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>&lt;到達目標&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul> <p>この科目(MBA)では 7 つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す:◎1:問題発見・解決力、◎3:現状理解力</p>
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&amp;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</p>

	<p>(株式会社電通勤務 2011 年ー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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アクティブ・ラーニング要素 <ul style="list-style-type: none"> <li>■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</li> </ul> </li> <li>・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> <li>□平日夜間オンライン授業: ZOOM</li> <li>■土日対面授業実施</li> <li>□クリッカー、□タブレット端末、□その他( )</li> </ul> </li> </ul>
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"> <li>■課題レポート 20%</li> <li>■授業内での挙手発言 30%</li> <li>■最終レポート 50%</li> </ul> <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"> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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"> <li>■授業時間に限らず、Cplus 等でフィードバックを行う</li> </ul> </li> <li>・授業で使用する言語 <ul style="list-style-type: none"> <li>■日本語 □英語 □(その他)</li> </ul> </li> </ul>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト:なし</p> <p>&lt;参考文献&gt;</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</p> <p>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>&lt;その他&gt;</p> <p>石垣ら(2022)『経済経営のデータサイエンス』共立出版</p> <p>照井・佐藤(2022)『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(新版)』有斐閣</p> <p>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>



<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"> <li>・「講義照会」で配布をする。</li> <li>・授業日の 3 日前までにアップロードする。</li> </ul> <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"> <li>・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。</li> </ul> <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・指定したテキストや参考書、レジュメ(Cplus への掲載)を事前に読み込むこと</li> <li>・コース後半【実習】で IBM SPSS を使ったデータ解析演習を行う、各自所有のノート PC に「IBM SPSS Statistics 28」をインストールしておくこと。</li> </ul> <p><a href="https://itc.r.chuo-u.ac.jp/com/software/passwd/license-pass2019.html#spss">https://itc.r.chuo-u.ac.jp/com/software/passwd/license-pass2019.html#spss</a></p> <p>※ダウンロードは学内ネットワークからのみ可能</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・授業にて提示する宿題に必ず取り組むこと。</li> </ul>
----------------	---

科目名	ケース研究法(MBA合併開講科目)
担当者	犬飼 知徳
履修条件	CBSのグループ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	<p>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グループ研究や、論文A、論文Bのクオリティを向上させることである。</p> <p>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。</p> <p>この科目(MBA)では7つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す:◎1:問題発見・解決力、◎3:現状理解力</p>
概要	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>③それらのフィードバックを受けて文章を書き直す。</p>
授業計画	<p>第1回 インTRODクシヨン 事例研究から優れた知見を得るためには</p> <p>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)</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>第5回 経営学における事例研究の考え方①</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>第8回 経営学における優れた事例研究を読む①</p> <p>第9回 経営学における優れた事例研究を読む②</p>

	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 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、□ デイバート、□ その他( )、□ 実施していない</li> </ul> </p> <p>・(ICT を活用した) 双方型授業の実施  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 平日夜間オンライン授業: ZOOM</li> <li>□ 土日対面授業実施</li> <li>□ クリッカー、□ タブレット端末、□ その他( )</li> </ul> </p>
<p>成績評価の基準と方法</p>	<p>・成績評価の方法  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 課題レポート 20 %</li> <li>■ 授業内での挙手発言 20 %</li> <li>■ プレゼンテーション 20 %</li> <li>■ 最終レポート 40 %</li> </ul> <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〉  課題レポート: 毎回のアサインメントの要約レジюмеによって内容の理解度を評価する。  授業内での挙手発言: 講義中のディスカッションにおける発言の頻度と内容を総合的に評価する。  プレゼンテーション: 講義中に 1 回以上アサインされる報告の質を評価する。具体的には、アサインメントの内容の理解度と説明の分かりやすさを評価する。  最終レポート: この講義で学んだ内容が適切に反映されているかどうかによって評価する。</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  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 授業時間内で講評・解説の時間を設ける</li> <li>■ 授業時間に限らず、Cplus 等でフィードバックを行う</li> </ul> </p> </p>

	<p>・授業で使用する言語  ■日本語 ■英語 □(その他)</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト: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.  * Yin, Robert K.(2017), Case Study Research and Applications: Design and Methods (Sixth ed.), SAGE Publications, Inc.がテキストの最新版である. 英文しかないが講義中に言及することもあるので, 手元に持っておくことを推奨する.  * テキスト以外のリーディング・アサインメントと参考文献は適宜提示する.</p> <p>参考文献:  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</p>
特記事項	<p>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> <p>準備学習について  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、レジュメ(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。  ・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、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示する。</p>

科 目 名	研究方法論基礎(MBA 合併科目)
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	<p>科目の目的:論文執筆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。</p> <p>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。</p> <p>この科目(MBA)では 7 つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す:◎1:問題発見・解決力、◎3:現状理解力</p>
概 要	<p>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。</p>
授 業 計 画	<p>第1回 イントロダクション:講義概要と内容  第2回 リサーチのデザインとは何か  第3回 リサーチ・デザインの設定  第4回 良い研究の要件  第5回 文献のレビューとは何か  第6回 実証のロジック  第7回 実証の手続き  第8回 外部妥当性と内部妥当性  第9回 研究の再現性  第10回 面白い研究とは何か  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  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  第13回 プレゼンテーション:各自の発表  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  ■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"> <li>・(ICTを活用した)双方型授業の実施</li> <li>□平日夜間オンライン授業:ZOOM</li> <li>■土日対面授業実施</li> <li>□クリッカー、□タブレット端末、□その他( )</li> </ul>
成績評価の基準と方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・成績評価の方法</li> <li>■課題レポート 40%</li> <li>■授業内での挙手発言 30%</li> <li>■プレゼンテーション 30%</li> <li>合計 100%</li> <li>※出席は前提であり、出席だけでは評価点となりません。</li>   <li>・レポート:40%(10%×4=40%)</li> <li>評価基準:学習事項の理解度</li> <li>・プレゼンテーション:30%</li> <li>評価基準:学習事項の理解度、リサーチ・デザインの適切さ</li> <li>・授業貢献度(授業内での挙手発言):30%</li> <li>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</li>   <li>・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</li> <li>■授業時間に限らず、個別にフィードバックを行う</li>   <li>・授業で使用する言語</li> <li>■日本語 □英語 □(その他)</li> </ul>
テキスト・参考文献等	<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>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布する。</li> <li>・ 履修確定後は、C-Plusの「教材配布」で配布する。</li> </ul> <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"> <li>・ 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。</li> </ul> <p>予習について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> </ul> <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"> <li>・ 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。</li> </ul> <p>プレゼンテーションについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 受講生自身の研究課題について準備し、報告すること。</li> </ul>

科目名	経営戦略特別研究（経営組織論）
担当者	犬飼 知徳
目的	DBA の博士論文を執筆するために組織論研究の基本文献から最新研究までの「流れ」を理解する。
概要	受講者には、経営組織論の研究を行う上での必読文献を読み、レジюмеを作成してもらい、そのレジюмеをもとに講義中は組織論研究におけるその論文の意義や内容に関する批判的検討を行う。
到達目標	経営組織論の学術的な流れや位置付けを理解できる。 経営学の論文を書くために組織論のレビューを行うことができる。
成績評価の基準と方法	毎回のレジюме提出と教室における貢献度（発言など）
履修条件	特になし。
授業内容	<p>第 1 回 イン트로ダクション: 経営組織論とは何を学ぶ学問か</p> <p>第 2 回～第 11 回は、Pugh, Derek S. and David J. Hickson(2007), <i>Writers on Organizations(6<sup>th</sup> edhition)</i>, Thousand Oaks; CA, Sage Publications, Inc. の各章を講読する。</p> <p>第 2 回 組織構造(Max Weber - Alfred D. Chandler)</p> <p>第 3 回 組織構造(Oliver E. Williamson - Chirstpher Bartlett and Sumantra Ghoshal)</p> <p>第 4 回 組織とその環境(Tom Burns - Jeffrey Pfeffer and Gerald R. Salancik)</p> <p>第 5 回 組織とその環境(Raymond E. Miles and Charles C. Snow)</p> <p>第 6 回 組織とその環境(michael T. Hannan and John Freeman)</p> <p>第 7 回 組織におけるマネジメントと意思決定(Henri Fayol- Peter F. Drucker)</p> <p>第 8 回 組織におけるマネジメントと意思決定(Michael Foucault- Karl E. Weick)</p> <p>第 9 回 組織内の人々(Elton Mayo and the Hawthorne Investigations- Edgar Schein)</p> <p>第 10 回 組織内の人々(Frederick Herzberg- Rosabeth Moss Kanter)</p> <p>第 11 回 組織変化と組織学習(Paul J. DiMaggio and Walter W. Powell- Chris Argyris)</p> <p>第 12 回 組織変化と組織学習(Peter Senge- Gareth Morgan)</p> <p>第 13 回 最新の組織論の文献①(ASQ, OS などから犬飼が指定する)</p> <p>第 14 回 ラップアップ</p>

テキスト・参考文献等	上記文献
その他特記事項	特になし。

科目名	経営戦略特別研究（知識創造戦略論）
担当者	遠山 亮子
目的	知識経営に関する諸論を学び、その基本コンセプトを英語で理解すること。
概要	知識経営論に関連する英語文献を輪読する。担当レポーターは論文をレジюмеにまとめた上で発表し、それに基づいて議論を行う。
到達目標	知識と知識経営に関する様々な学説について、基本コンセプトを英語で理解し表現できるようになること。
成績評価の基準と方法	期末レポート 70%、クラス貢献 30%。
履修条件	MBA コースにて知識創造戦略論を履修が望ましい。
<p>授業内容</p> <p>第1回       What is knowledge</p> <p>第2回       Tacit and explicit knowledge 1</p> <p>第3回       Tacit and explicit knowledge 2</p> <p>第4回       Knowledge-creating theory</p> <p>第5回       Knowledge and resource-based view 1</p> <p>第6回       Knowledge and resource-based view 2</p> <p>第7回       Knowledge and strategy 1</p> <p>第8回       Knowledge and strategy 2</p> <p>第9回       Knowledge and organization 1</p> <p>第10回      Knowledge and organization 2</p> <p>第11回      Knowledge and leadership 1</p> <p>第12回      Knowledge and leadership 2</p> <p>第13回      Knowledge and networks 1</p> <p>第14回      Knowledge and networks 2、Conclusion</p>	
テキスト・参考文献等	輪読する論文に関しては第1回の講義で指定する。
その他特記事項	



科 目 名	経営戦略特別研究（イノベーション戦略と組織）
担 当 者	竹田 陽子
目 的	学術論文を執筆するために、イノベーションの戦略と組織についての研究蓄積の流れを理解し、文献レビューの書き方、文献の探索の仕方を習得することを目的とする。
概 要	本授業は、イノベーションの戦略と組織についての研究蓄積を網羅的扱う。受講生は、毎回テキストおよび指定された文献に関してレジュメを作り、授業中に発表する。また、受講生は研究テーマを一つ選び、テーマに関する先行研究レビューを自ら行って、最終レポートとして提出する。先行研究レビューの方法については、授業中に指導するが、文献の探索は自らおこなう。英語の論文を読むことが必要になる。
到 達 目 標	イノベーションの戦略と組織についての研究蓄積の流れを理解する。 学術論文を書くために先行研究を探索し、構造的に整理し、創造的なレビューを行うことができる。
成績評価の基準と方法	毎回の授業における発表 50% 毎回のテーマのテキスト該当章と指定された文献(英語論文も含む)を事前に読み、レジュメを作り、授業中に発表する。準備の完成度と発表内容の思考の緻密さ、視点の独自性を評価する。 最終レポート 50% イノベーションの戦略と組織についてのテーマを一つ選び、先行研究レビューを行う。 レポートの完成度と思考の緻密さ、視点の独自性を評価する。
履 修 条 件	特になし
授 業 内 容	<p>第1回 イノベーションのタイプ</p> <p>第2回 破壊的技術、探索と深化</p> <p>第3回 イノベーションのプロセス</p> <p>第4回 新製品開発</p> <p>第5回 イノベーション戦略</p> <p>第6回 国のイノベーション・システム、産業クラスター</p> <p>第7回 技術軌道</p> <p>第8回 研究開発組織</p> <p>第9回 市場からの学習と普及</p> <p>第10回 オープンイノベーション:インバウンド</p> <p>第11回 オープンイノベーション:アウトバウンド</p> <p>第12回 イノベティブな組織</p> <p>第13回 イノベティブな企業の創造</p> <p>第14回 授業全体、最終レポートについての質疑</p> <p>※授業予定は、進捗の状態等によって変更があります。</p>

<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト Tidd, J., Bessant, Pavitt, K. <i>Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organization Change</i>. (邦訳:イノベーションの経営学. NTT 出版)</p> <p>参考文献: Burgelman, R.A., Christensen, C. M., and Wheelwright, S.C. <i>Strategic Management of Technology and Innovation</i>. McGraw-Hill. (邦訳:技術とイノベーションの戦略的マネジメント 上・下 翔泳社) 一橋大学イノベーション研究センター編.イノベーション・マネジメント入門.日本経済新聞社. テキストに引用されている諸論文 その他、授業時に紹介する。</p>
<p>その他 特記事項</p>	<p>毎回の授業の発表準備のため、テキストの該当章と指定された文献(英語論文も含む)を読み、レジユメを作成する必要がある。授業で指定された文献の他にも、学期の初めから最終レポートに向けて、文献を自ら読み進める。</p>

科 目 名	経営戦略特別研究（戦略と組織）
担 当 者	露木 恵美子
目 的	企業にとって、戦略と組織をどう設計し運営するかは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。現代企業の大きな問題は、戦略と組織の不一致にある。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。
概 要	本講義の中心テーマは、企業戦略と組織構造との適合関係である。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、組織の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、企業業績に悪い影響を与える、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。本講義では、組織論の古典を学習した上で、ガルブレイスの組織設計におけるスターモデルを用いて組織分析を行う。
到 達 目 標	理論で学んだことを、具体的な企業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。
成績評価の基準と方法	レポート 50% グループワークおよびディスカッションでの貢献度 20% 個人課題 30%
履 修 条 件	「経営戦略論基礎」を履修済み、あるいは免除されていることが望ましい。
授 業 内 容	<p>第1回 インTRODクシヨン:組織とは何か?</p> <p>第2回 組織論の起源(1):テーラーリズム</p> <p>第3回 組織論の起源(2):ホーソーン実験と人間関係学派</p> <p>第4回 組織論の起源(3):グループダイナミクス</p> <p>第5回 現代企業における組織デザイン(1):分業と標準化</p> <p>第6回 現代企業における組織デザイン(2):ヒエラルキーと意思決定</p> <p>第7回 「組織は戦略に従う」(1):多角化戦略と事業部制</p> <p>第8回 「組織は戦略に従う」(2):4つのケーススタディ</p> <p>第9回 事例研究(1):組織変革の事例</p> <p>第10回 事例研究(2):組織変革の事例</p> <p>第11回 事例研究(3):組織の市場適応の事例</p> <p>第12回 事例研究(4):組織の市場適応の事例</p> <p>第13回 応用研究(1):事例に関するディスカッション</p> <p>第14回 応用研究(2):事例の分析、応用研究(3):事例の発表</p>

<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト： 『組織デザイン』沼上幹(2004)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)ダイヤモンド社 『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)生産性出版 『マエカワはなぜ跳ぶのか』前川正雄/野中郁次郎(2011)ダイヤモンド社 その他、適宜参考資料等を配布する予定である。</p> <p>参考文献： 『経営組織』金井壽宏(1999)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)ダイヤモンド社 (他、授業時に紹介する)</p>
<p>その他 特記事項</p>	<p>(1)教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 授業時に配布するか授業の5日前までに配布する。</li> <li>・</li> </ul> <p>(2)課題のテーマ提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・</li> </ul> <p>(3)テキストは事前に入手して購読しておくことが望ましい。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 組織論を学習したことがない場合は、金井壽宏著『経営組織』(日経文庫)を読んで概要を理解しておくことが望ましい。</li> </ul> <p>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うこと。</p>

科 目 名	経営戦略特別研究（アントレプレナーシップ論）
担 当 者	新藤 晴臣
目 的	アントレプレナーシップは「起業家活動」と訳され、起業や創業を扱う研究領域である。当該領域の国際学会誌である“Journal of Business Venturing (JBV)”は1985年に創刊されるが、10年前にAクラスジャーナルに格上げされるなど、経営学の中でホットな研究領域であるといえる。その一方でアントレプレナーシップを理解する上で、いくつかの課題も存在する。第1に、多様なトピックが乱立し、それらが理論的に未整理である点が挙げられる。具体的には、「アントレプレナー」「起業プロセス」「起業機会の発見・創造」「コーポレート・アントレプレナーシップ」「大学発ベンチャー」など、多様な理論領域が含まれるだけでなく、それらの多くが整理されていないという課題がある。第2に、起業や創業を扱うことから、理論を複合的に理解することが求められる。具体的には、経営戦略論、組織論、ファイナンス論などの企業の「一断面」のみを理解するのではなく、それらを複合的に理解することが求められる。以上のアントレプレナーシップ論の特性を踏まえ、本講義では、アントレプレナーシップ論の整理を行いつつ、体系的に理解することを目的とする。
概 要	本講義では、以下の到達目標を達成するために、2つの方法を用いるものとする。第1に、アントレプレナーシップ論の代表的な領域について、先行研究のレビューに関する講義を行う。第2に、アントレプレナーシップ論の代表的なレビュー論文の論点と背景について、議論を行う。以上2つの方法を用いて、アントレプレナーシップ論を整理しつつ、体系的に理解することを目指していく。
到 達 目 標	本講義の到達目標としては、以下の2点が挙げられる。第1に、アントレプレナーシップの研究領域について、どのようなものがあるかを理解することを目指す。第2に、アントレプレナーシップの研究領域の一部について、みずから整理ができるようになることを目標とする。以上の2点を通じて、アントレプレナーシップ論の先行研究レビューの基礎力が身につくことを目標とする。
成績評価の基準と方法	レポート 100%
履 修 条 件	「経営戦略論基礎」を履修済み、あるいは免除されていることが望ましい。
授 業 内 容	<p>第1回 イン트로ダクション</p> <p>第2回 アントレプレナーシップの基礎理論(1):経済学的アプローチ</p> <p>第3回 アントレプレナーシップの基礎理論(2):経営学的アプローチ</p> <p>第4回 アントレプレナーシップの基礎理論(3):アントレプレナー</p> <p>第5回 アントレプレナーシップの基礎理論(4):起業機会の創造と発見</p> <p>第6回 アントレプレナーシップの基礎理論(5):経営資源の獲得</p>

<p>第7回 アントレプレナーシップの基礎理論(6):事業コンセプト</p> <p>第8回 アントレプレナーシップの基礎理論(7):ベンチャー企業の成長・発展</p> <p>第9回 アントレプレナーシップの応用理論(1):コーポレート・アントレプレナーシップ</p> <p>第10回 アントレプレナーシップの応用理論(2):コーポレート・ベンチャリング</p> <p>第11回 アントレプレナーシップの応用理論(3):戦略的アントレプレナーシップ</p> <p>第12回 アントレプレナーシップの応用理論(4):大学発ベンチャー</p> <p>第13回 アントレプレナーシップ論のレビュー(1):レビュー論文の抽出</p> <p>第14回 アントレプレナーシップ論のレビュー(2):関連論文の抽出 アントレプレナーシップ論のレビュー(3):先行研究の整理・議論</p>	
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト: 『アントレプレナーの戦略論』新藤晴臣(2010)中央経済社 『コーポレート・アントレプレナーシップ』新藤晴臣(2021)日本評論社 『大学発ベンチャー』スコット・シェーン(金井一頼・渡辺孝訳)(2005)中央経済社</p> <p>参考文献: 授業時に指示する。</p>
<p>その他 特記事項</p>	<p>(1)教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 授業時に配布する。</li> <li>・</li> </ul> <p>(2)課題のテーマ提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 授業ごとの課題については、1週間前までにはテーマを提示する。</li> <li>・</li> </ul> <p>(3)テキストについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ テキストについては、事前に概要を理解しておくことが望ましい。</li> </ul>

科目名	経営戦略特別研究（経営戦略とイノベーション）
担当者	生稲 史彦
目的	DBAの博士論文を執筆するために、技術経営とイノベーション、企業戦略に関するこれまでの知見を理解する。
概要	受講者には、イノベーション研究の必読文献を読み、レジюмеを作成してもらう。講義ではレジюмеを元にして批判的検討を行い、論文の意義と発展可能性を論じる。
到達目標	技術経営、もしくはイノベーション研究の概念、思考法、学説史を理解する。 学術論文を書く際に、技術経営、イノベーション、経営戦略の文献レビューを書く。
成績評価の基準と方法	毎回のレジюме提出、発言などの講義への貢献度
履修条件	特になし
授業内容	<p>第1回 イントロダクションー技術経営とイノベーションを巡る研究の概要</p> <p>第2回～第11回は、Burgelman, R. A., Christensen, C. M., and S. C. Wheelwright, S.C. (2003). <i>Strategic Management of Technology and Innovation</i>. McGraw Hill Higher Education. 邦訳、ロバート・バーゲルマン、クレイトン・クリステンセン、スティーブン・ウィールライト (2007) 『技術とイノベーションの戦略的マネジメント(上)(下)』 青島矢一(監訳). 翔永社. の章を選択的に読んでいく。(ただし、取り上げる文献などは変更の可能性はある)</p> <p>第2回 産業イノベーションのパターン</p> <p>第3回 競合する技術:概観</p> <p>第4回 アメリカの新薬開発に関する小論</p> <p>第5回 戦略的意図</p> <p>第6回 戦略形成と組織適応の組織内エコロジー</p> <p>第7回 ベクトルとしての戦略と共進化的ロックインの慣性</p> <p>第8回 吸収能力:学習とイノベーションに関する新しい視角</p> <p>第9回 リード・ユーザー調査に関する覚書</p> <p>第10回 2つの顔を持つ組織:漸進的な変化と革新的な変化のマネジメント</p> <p>第11回 エンジニアリング部門と製造部門間のコミュニケーション:決定的な要素</p> <p>第12回 「重量級」開発チームの編成と誘導</p> <p>第13回 製品統合性の力</p> <p>第14回 効率的な新製品開発のための、設計・試作・試験のサイクルを加速化する、講義のまとめ</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキストは上記文献。参考書は以下の3冊</p> <p>榊原清則 (2005) 『イノベーションの収益化』有斐閣.</p> <p>榊原清則 (2002) 『経営学入門&lt;第2版&gt; (上)(下)』日経文庫.</p>
その他特記事項	特になし

科 目 名	経営戦略特別研究（ヘルスケアマネジメント）
担 当 者	真野 俊樹
目 的	ヘルスケアビジネスの特性を踏まえつつ博士論文を仕上げる能力を身に着ける
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 倍にもなるかという巨大な産業分野になっている。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。特にこの講義では国内外の文献を検討することで、ヘルスケアマーケティング、ポリシー、マネジメントについて最新の動向を理解し、自らもレポートを書けるようにする。
到 達 目 標	ヘルスケアマーケティング、ポリシー、マネジメントについて最新の動向を理解し、自らもレポートを書けるようにする。
成績評価の 基準と方法	最終レポート（50%） 討議（30%） 出席（20%）
履 修 条 件	特になし
授 業 内 容	<p>第1回 各自のテーマの整理</p> <p>第2回 今後の進め方について検討 課題について検討</p> <p>第3回 ヘルスケアマネジメントについて課題として与えたヘルスケアマネジメント関連の文献を検討する（1）</p> <p>第4回 ヘルスケアマネジメントについて課題として与えたヘルスケアマネジメント関連の文献を検討する（2）</p> <p>第5回 ヘルスケアマーケティングについて課題として与えたヘルスケアマネジメント関連の文献を検討する（1）</p> <p>第6回 ヘルスケアマーケティングについて課題として与えたヘルスケアマネジメント関連の文献を検討する（2）</p> <p>第7回 日本のヘルスケアポリシーについて課題として与えたヘルスケアマネジメント関連の文献を検討する（1）</p> <p>第8回 日本のヘルスケアポリシーについて課題として与えたヘルスケアマネジメント関連の文献を検討する（2）</p> <p>第9回 海外のヘルスケアポリシーについて課題として与えたヘルスケアマネジメント関連の文献を検討する（1）</p> <p>第10回 海外のヘルスケアポリシーについて課題として与えたヘルスケアマネジメント関連の文献を検討する（2）</p> <p>第11回 学生に与えた課題発表（1）</p> <p>第12回 学生に与えた課題発表（2）</p> <p>第13回 学生に与えた課題発表（3）</p> <p>第14回 学生に与えた課題発表（4）、まとめ</p>



<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>「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 分けで世界一 (講談社+α 新書)「医療危機—高齢社会とイノベーション」(中公新書)、</p>
<p>その他 特記事項</p>	<p>特になし</p>

科目名	マーケティング特別研究（流通論）
担当者	中村 博
目的	流通論の理論と研究方法論を学び、院生各自の研究テーマを深めることを目的とする。
概要	小売業および卸売業のMDおよびマーケティング戦略論およびメーカーのチャネル戦略研究の理論および研究の方法論について講義・発表・検討を行う。
到達目標	小売戦略、卸売戦略およびこれら流通業の戦略に対応したメーカーの流通およびマーケティング戦略研究に必要な理論と方法論の知識と活用の仕方を身につけ自立した研究活動ができるようになることを目指す。
成績評価の基準と方法	出席、課題レポートおよび講義への貢献(発言など)
履修条件	マーケティング戦略論を履修済みであることを原則とする
<p>授業内容</p> <p>第1回      インTRODクシヨN</p> <p>第2回      流通機構Ⅰ</p> <p>第3回      流通機構Ⅱ</p> <p>第4回      流通業のマーケティング戦略Ⅰ</p> <p>第5回      流通業のマーケティング戦略Ⅱ</p> <p>第6回      流通業のマーケティング戦略Ⅲ</p> <p>第7回      流通業のマーケティング戦略Ⅳ</p> <p>第8回      メーカーのチャネル戦略Ⅰ</p> <p>第9回      メーカーのチャネル戦略Ⅱ</p> <p>第10回     メーカーのチャネル戦略Ⅲ</p> <p>第11回     研究発表Ⅰ</p> <p>第12回     研究発表Ⅱ</p> <p>第13回     研究発表Ⅲ</p> <p>第14回     研究発表Ⅳ、まとめ</p>	
テキスト・参考文献等	Riley, F.D. (ed.) (2010). <i>Brand management</i> . (4 Vols.). Los Angeles: Sage.(予定)
その他特記事項	なし。

科目名	マーケティング特別研究（消費者行動論）
担当者	松下 光司
目的	消費者行動論の理論と研究方法論を学び、院生各自の研究テーマを深めることを目的とする。
概要	マーケティング論における重要な各論の一つである、消費者行動論の諸理論と研究方法について講義・発表・検討を行う。
到達目標	消費者行動研究に必要な理論と方法論の知識と活用の仕方を身につけ自立した研究活動ができるようになることを目指す。
成績評価の基準と方法	出席、課題レポートおよび講義への貢献(発言など)
履修条件	特になし
<p>授業内容</p> <p>第1回 講義の概要と紹介</p> <p>第2回 消費者行動研究の史的展開(1)</p> <p>第3回 消費者行動研究の史的展開(2)</p> <p>第4回 消費者行動分析のフレームワーク</p> <p>第5回 消費者の感情、認知とマーケティング戦略(1)</p> <p>第6回 消費者の感情、認知とマーケティング戦略(2)</p> <p>第7回 消費者の感情、認知とマーケティング戦略(3)</p> <p>第8回 消費者の行動とマーケティング戦略(1)</p> <p>第9回 消費者の行動とマーケティング戦略(2)</p> <p>第10回 消費者を取り巻く環境とマーケティング戦略(1)</p> <p>第11回 消費者を取り巻く環境とマーケティング戦略(2)</p> <p>第12回 研究報告(1)</p> <p>第13回 研究報告(2)</p> <p>第14回 研究報告(3)、まとめ</p>	
テキスト・参考文献等	Peter, P. J. and J. C. Olson (2007), <i>Consumer Behavior and Marketing Strategy 7th Edition</i> , McGraw Hill Higher Education.
その他特記事項	なし。

科目名	人的資源管理特別研究（人的資源管理論）
担当者	島貫 智行
目的	人的資源管理論（Human Resource Management : HRM）の実証論文の輪読を通じて、当該分野の研究蓄積と近年の潮流に関する基礎知識を習得する。
概要	戦略人事、採用、育成、評価、報酬、ワーク・ライフ・バランス、ダイバーシティ、グローバル人事などのトピックに関して、近年の論文を中心に輪読する。
到達目標	人的資源管理論における研究の蓄積と近年の傾向を把握するとともに、実証論文の問題設定や先行研究の検討、仮説の導出、調査・分析方法、分析結果の考察などに関する理解を深め、人的資源管理分野で博士論文を執筆するための基礎力を習得する。
成績評価の基準と方法	予習課題の提出、授業時の報告、授業時の発言内容や頻度により評価する。
履修条件	特になし
授業計画	リーディングリストから課題論文を指定し、報告者を割り当てる。報告者以外は課題論文の論点についてのレジュメを提出する。 第1回 Strategic Human Resource Management 第2回 Internal Labor Markets 第3回 Recruitment and Selection 第4回 Training and Development 第5回 Performance Appraisal 第6回 Compensation 第7回 Work-Life Balance 第8回 Human Resource Architecture and HR Flexibility 第9回 International HRM 第10回 Diversity and HRM 第11回 Innovation and HRM 第12回 Organizational Change and HRM 第13回 Employment Relations and HRM 第14回 Corporate Social Responsibility and HRM
テキスト・参考文献等	リーディングリストと論文を配付する。リスト以外の文献は適宜紹介する。
その他特記事項	・指定された論文を予習したうえで授業に参加すること。 ・人的資源管理論の基礎知識が必要となる。以下の書籍を事前に学習しておくこと。 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 今野浩一郎・佐藤博樹『人事管理入門（新装版）』日本経済新聞出版

科目名	ファイナンス特別研究 (コーポレート・ファイナンスと企業戦略)
担当者	大野 薫
目的	コーポレート・ファイナンスに関する理論と実証研究の理解を深め、ファイナンス的な観点から企業戦略に対する知見を得ることを目的とする。
概要	現在価値、効率的市場仮説、資本資産価格モデル、企業の最適資本構成(MM理論)、オプション理論、短期財務計画の策定等、コーポレート・ファイナンス分析の様々な側面について、ケース分析やディスカッションを通して考察する。
到達目標	MPT 及び CAPM、MM 理論、オプション理論といったファイナンス評価の土台となる理論とその限界を理解し、コーポレート・ファイナンスの問題に対して、自ら問題を定義し、理論の応用と実証研究に基づいた分析が行えるようになることを目的とする。
成績評価の基準と方法	理論および実証研究を基にしたケース分析レポート、講義への貢献度(出席、発言、討議への参加、プレゼンテーション等々)、および最終課題。
履修条件	コーポレート・ファイナンスに関する基礎知識を有していること。
授業内容	<p>第1回 講義の概要と紹介</p> <p>第2回 純現在価値(NPV)分析の基礎</p> <p>第3回 リスクとリターン、現代ポートフォリオ理論(MPT)</p> <p>第4回 資本資産価格モデル(CAPM)とキャピタル・バジューティング</p> <p>第5回 効率的市場仮説と行動ファイナンス</p> <p>第6回 資本構成の理論(MM理論)</p> <p>第7回 負債使用の限界と現実的な要因</p> <p>第8回 配当の意思決定</p> <p>第9回 割引キャッシュフロー(DCF)法の限界とリアル・オプション評価</p> <p>第10回 オプションとコーポレート・ファイナンス</p> <p>第11回 デリバティブとリスクヘッジ</p> <p>第12回 短期財務</p> <p>第13回 合併、買収、財務的困難</p> <p>第14回 最終課題の発表、および講評</p>

テキスト・参考文献等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ Ross S. A., Westerfield, R. W., Jaffe, J. &amp; Jordan, B. D. (2021) "Corporate Finance 13<sup>th</sup> ed." McGraw-Hill Education.</li> <li>・ Ross S. A., Westerfield, R. W., &amp; Jaffe, J. 著 『コーポレートファイナンスの原理(第9版)』 大野薫訳(金融財政事情研究会、2012年)。</li> <li>・ 大野薫著 『モンテカルロ法によるリアル・オプション分析－事業計画の戦略的評価－』金融財政事情研究会、2013年。</li> </ul>
その他特記事項	

科目名	ファイナンス特別研究 (インベストメント)
担当者	大野 薫
目的	インベストメントに関する理論と実証研究の理解を深め、ファイナンス的な投資意思決定分析の観点から企業戦略に対する知見を得ることを目的とする。
概要	リスク・プレミアムと均衡理論から始め、期待収益、割引率、リスクの市場価値、分散化、最適化、ポートフォリオ選択、リスク管理などの概念に続いて、不確実性を伴う戦略的な事業の合理的評価を考察する。
到達目標	効率的市場と分散化の意味を再確認し、投資意思決定の基礎となるリスクの均衡価値を理解する。さらに均衡理論の限界を踏まえながら、企業が持つ投資戦略的オプションの合理的分析が行えるようになることを目的とする。
成績評価の基準と方法	宿題、講義への貢献度(出席、発言、討議への参加、プレゼンテーション等々)、および最終課題。
履修条件	ファイナンス特別研究 (コーポレート・ファイナンスと企業戦略)を履修済みまたは同等の知識があること。
授業内容	<p>第1回 講義の概要と紹介</p> <p>第2回 リスク、機会集合、市場均衡</p> <p>第3回 平均分散ポートフォリオ・モデル</p> <p>第4回 重要な関係と定理、<math>\beta</math>の理解(分散の分解)</p> <p>第5回 キャピタル・アセット・プライシング・モデル(CAPM)</p> <p>第6回 機会集合からのポートフォリオ選択方法</p> <p>第7回 バリュース・アット・リスク(VaR)とコンディショナル・バリュース・アット・リスク(C-VaR)</p> <p>第8回 ノンスタンダード CAPM と均衡理論の限界</p> <p>第9回 アービトラージ・プライシング・モデル(APT)</p> <p>第10回 金利理論と債券のプライシング、債券ポートフォリオ管理</p> <p>第11回 ヘッジファンドとポートフォリオ・パフォーマンスの評価</p> <p>第12回 オプションと企業戦略</p> <p>第13回 事業計画の戦略的評価</p> <p>第14回 最終課題の発表、および講評</p>

テキスト・参考文献等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Elton, E. J., Gruber, M. J., Brown, S. J. &amp; Goetzmann, W. N. Modern Portfolio Theory and Investment Analysis. 9th Edition, Wiley, 2014.</li> <li>・サイモン・ベニンガ著 『ファイナンシャル・モデリング』 大野薫監訳(ロギカ書房、2017年)。</li> <li>・大野薫著 『モンテカルロ法によるリアル・オプション分析－事業計画の戦略的評価－』金融財政事情研究会、2013年。</li> </ul>
その他特記事項	

科目名	ファイナンス特別研究（ファイナンスの理論と応用）
担当者	石島 博
目的	本授業では、ファイナンス分野で学術研究を行うための基礎や流儀を短期間で修得すべく、ファイナンス理論を俯瞰的に整理・理解しつつ、実証をするための計量分析スキルを磨くことを目的とする。
概要	本授業では、「ESG 投資、テキスト分析、企業分析と価値評価、不動産ファイナンス、ポートフォリオ選択と資産運用、アセット・プライシング」といったテーマで、ファイナンス分野に貢献できるような学術論文を執筆できるようになる、という観点からファイナンス理論を理解し、実証するための計量スキルを修得する。 ファイナンス研究では本分野における幅広い知識と深い理解が必須となるため、4つの領域「コーポレート・ファイナンス、ポートフォリオ選択、金融工学、リスク管理」をバランスよく、かつ実践的に学ぶ。
到達目標	4冊のテキストを、DBA 修了までにマスターすることが達成目標である。
成績評価の基準と方法	いくつかの小レポートの提出を含めた日頃の授業への取り組み(平常点 60 点)と、期末レポート(40 点)により評価する。
履修条件	会計とファイナンスに関して、修士課程修了レベルの知識を有すること。修士論文を執筆していることが望ましい。
授業内容	<p>第1部 コーポレート・ファイナンス &lt;使用テキスト[4]&gt;</p> <p>第1回 8つの企業価値評価方法と DCF 法との包含関係</p> <p>第2回 資本コスト(CAPM、WACC、レバード/アンレバード <math>\beta</math>、スイッチング <math>\beta</math>)</p> <p>第3回 財務諸表の要約、フリーキャッシュフロー、様々な利益指標 比率分析</p> <p>第4回 見積財務諸表モデルと企業価値リスクの計測(DCF 法のインプリメンテーションとインプリケーション)</p> <p>第2部 ポートフォリオ選択 &lt;使用テキスト[1]&gt;</p> <p>第5回 平均・分散モデルによるポートフォリオ選択</p> <p>第6回 CAL、MVE、Sharpe レシオによるポートフォリオ選択</p> <p>第7回 アセット・アロケーションと資産運用シミュレーション</p> <p>第8回 ファクター・インベスティング</p> <p>第3部 金融工学 &lt;使用テキスト[2]&amp;[3]&gt;</p> <p>第9回 ファイナンス理論と正規分布</p> <p>第10回 離散時間における確率過程</p> <p>第11回 連続時間における確率過程</p> <p>第12回 最尤法と確率測度の変換</p> <p>第13回 Black-Scholes 公式(導出、インプリケーション、ヘッジング)</p> <p>第4部 リスク管理 &lt;使用テキスト[2]&gt;</p> <p>第14回 市場リスク管理(単一資産とポートフォリオ) 信用リスク管理(構造アプローチ)</p>

<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト</p> <p>[1] 石島博 (2015), ファイナンスの理論と応用1:資産運用と価格評価の要素, 日科技連出版社(336 頁).</p> <p>[2] 石島博 (2016), ファイナンスの理論と応用2:正規分布で解く資産の動的評価, 日科技連出版社(344 頁).</p> <p>[3] 石島博 (2017), ファイナンスの理論と応用3:資産価格モデルの展開, 日科技連出版社(192 頁).</p> <p>[4] 石島博 (2008), バリュエーション・マップ:企業価値評価の科学と演習, 東洋経済新報社(304 頁).</p>
<p>その他 特記事項</p>	<p>授業内容は、履修者が希望する研究テーマに応じて柔軟に変更することがある。担当教員が執筆した論文や書籍は以下のウェブサイトに掲載している。</p> <p>URL: <a href="https://researchmap.jp/hiroshi.ishijima">https://researchmap.jp/hiroshi.ishijima</a></p>



科 目 名	経営法務特別研究（金融取引法務）
担 当 者	杉浦 宣彦
目 的	会社法務や金融法務等の実務の中で応用可能な金融取引に係るアドバンスな法知識の取得を目的とする。
概 要	<p>金融機関に関する法律は、従来、専門的かつ技術的であり、さらには金融機関と関連する法律が具体的にどのような保護や利益を国民に与えているかについても必ずしも明確ではなかったためにあまり多くの国民の関心を得てこなかった分野であった。</p> <p>しかし、金融ビッグバンによる規制緩和で金融サービスは拡大し、歴史的な低金利時代を通じて、国民は預金以外の様々な金融商品への投資が行うようになり、また、その一方、金融商品は金融工学等の発展に伴い、従前の預金・貸付・為替等の金融取引ではなく、資産流動化やシンジケーションローン等、比較的高度な金融商品が次々と登場し、さらには、電子マネーの普及など、金融法務の幅は飛躍的に拡大してきた。このような現実を背景にして、最近の金融商品取引法の制定ならびにその改正作業等の動きで象徴されるように、金融法の内容・範囲も大幅に変化を見せている。</p> <p>さらに、サブプライムローン問題を皮切りに発生した世界的な金融危機の流れの中で、それまで緩和路線であった金融法制は大きな方向転換期にさしかかっているように見える。</p> <p>本講義では、まず、前半で各金融業（銀行、証券、保険、信託、貸金業等）で構成される金融システムを理解するために、わが国の金融制度全体とそれらに関連する法について論じ、その後、各種取引ごとに法的論点を判例等を用いながら明らかにしていく。また、どのように金融機関が規制・保護されているのか、業際規制やセーフティネット、さらには金融不正取引における等についても触れることにする。次に、具体的な金融取引のうち、様々な金融行が関与している流動化やシンジケーションローン、さらには、プロジェクト・ファイナンスの法的課題について解説する。最後には、最新の動きである、電子金融取引をめぐる法的課題についても検討を行う方針である。</p>
到 達 目 標	金融法制の全体像や最新の状況をつかむと共に、民商法との親和性に気づき、それらの基本法理の理解を確認するとともに応用力の向上を目指す。
成績評価の基準と方法	レポート(70%等)ならびに講義への参加度(30%程度)等を総合的に評価する。
履 修 条 件	特に設けないが、金融関連ビジネスでの経験や企業の法務・コンプライアンス・内部統制に従事した経験があることが望ましい。

<p>授 業 内 容</p> <p>第 1回 金融制度と法 (総論)</p> <p>第 2回 金融機関と法 (それぞれの金融機関とそれにかかわる法)</p> <p>第 3回 金融取引と法 (各論(2)証券取引)</p> <p>第 4回 金融取引と法 (各論(3)保険取引)</p> <p>第 5回 金融取引と法 (各論(4)貸金号・信託業など)</p> <p>第 6回 金融機関の業務の健全性</p> <p>第 7回 業際規制とセーフティネット</p> <p>第 8回 不正金融取引への対応 (1)</p> <p>第 9回 不正金融取引への対応 (2)</p> <p>第10回 流動化(証券化)をめぐる法的仕組み (1)        ー譲渡法制およびビークル(資産譲受主体:信託法を含む)法制の概要</p> <p>第11回 流動化(証券化)をめぐる法的仕組み (2)        ー証券化における証券法制およびサービサー法制の概要</p> <p>第12回 流動化(証券化)をめぐる法的仕組み (3)        ー資産流動化と倒産法制 (倒産隔離、真正売買その他の論点)</p> <p>第13回 シンジケートローン</p> <p>第14回 プロジェクト・ファイナンス</p> <p>電子金融取引と法 (資金決済法・電子記録債権法等)</p>	
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>動きの早い分野なので、特に現段階では、テキストは指定しないが、以下を参考文献として紹介しておく。</p> <p>松尾 直彦『金融商品取引法〔第3版〕』有斐閣(2014年)</p> <p>小山 嘉昭『詳解 銀行法【全訂版】』きんざい(2012年)</p> <p>吉井一洋編著『バーゼル規制とその実務』きんざい(2014年)</p> <p>山下友信『論点体系 保険法 1・2』第一法規(2014年)</p> <p>金融法規研究会 編『金融六法』(各年度版) 学陽書房</p>
<p>その他 特記事項</p>	<p>特になし。</p>



中央大学ビジネススクール

(大学院戦略経営研究科)

〒101-8324 東京都千代田区神田駿河台3丁目11-5

メールアドレス: [cbs-ask-grp@g.chuo-u.ac.jp](mailto:cbs-ask-grp@g.chuo-u.ac.jp)

[https://www.chuo-u.ac.jp/academics/pro\\_graduateschool/business/dba/](https://www.chuo-u.ac.jp/academics/pro_graduateschool/business/dba/)