



2025年度
講義要項

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
カリキュラムマップ・ 戦略経営研究科における科目ナンバリング採番ルール	・・・・・・・・・・5
講義要項	・・・・・・・・・・7
索引	
教員名50音順	・・・・・・・・258

授業科目・担当者一覧

2025 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【前期】	露木 恵美子	7
リーダーシップコア【後期】	露木 恵美子	10
現代社会の経済学【前期】	竹田 陽子、犬飼 知徳、 中泉 拓也	13
現代社会の経済学【後期】	犬飼 知徳、竹田 陽子、 中泉 拓也	15
経営戦略論【前期】【後期】	遠山 亮子	17
経営戦略論【前期】	生稲 史彦	21
マーケティング戦略論【前期】	中村 博	24
マーケティング戦略論【前期】	金 雲鎬	26
マーケティング戦略論【後期】	阿部 誠	28
人的資源管理論【前期】	島貫 智行	30
人的資源管理論【後期】	島貫 智行	33
企業会計とファイナンスの基礎【前期】	石崎 篤史	36
企業会計とファイナンスの基礎【後期】	石崎 篤史	40
経営法務概論【前期】	杉浦 宣彦、遠藤 輝好、岡 伸浩	44
経営法務概論【後期】	杉浦 宣彦、遠藤 輝好、岡 伸浩	46
アントレプレナーシップとビジネスプランニング【前期】	新藤 晴臣、宮永 雅好	48
アントレプレナーシップとビジネスプランニング【後期】	新藤 晴臣、宮永 雅好	50
ビジネスモデル戦略論【前期】	新藤 晴臣	52
ビジネスモデル戦略論【後期】	犬飼 知徳	55
戦略と組織【前期】	露木 恵美子	58
戦略と組織【後期】	犬飼 知徳	61
知識創造戦略論【前期】	遠山 亮子	64
知識創造戦略論【後期】	遠山 亮子	66
消費者行動論【前期】	阿部 誠	68
消費者行動論【後期】	阿部 誠	70
デジタル時代のマーケティング戦略【前期】	金 雲鎬	72
デジタル時代のマーケティング戦略【後期】	金 雲鎬	74
雇用管理【前期】	高村 静	76
雇用管理【後期】	高村 静	79
人材開発【前期】	高村 静	82

人材開発【後期】	高村 静	85
インセンティブ・マネジメント【前期】	島貫 智行	88
インセンティブ・マネジメント【後期】	島貫 智行	91
コーポレートファイナンスと企業戦略【前期】	宮永 雅好	94
コーポレートファイナンスと企業戦略【後期】	宮永 雅好	98
財務報告論【前期】	市川 育義	102
財務報告論【後期】	谷口 義幸	105
コンプライアンス・内部統制と法実務【前期】	杉浦 宣彦、森谷 博之、光武 敬志	108
コンプライアンス・内部統制と法実務【後期】	杉浦 宣彦、森谷 博之、光武 敬志	110
企業の社会的責任	本橋 潤子	112
デザインシンキング【前期】	平田 智彦	115
デザインシンキング【後期】	平田 智彦	117
ビジネス・コミュニケーション	愛場 吉子	119
チームビルディングとリーダーシップ	露木 恵美子、井上 奈緒、 森尾 公仁子	122
ビジネス交渉術	吉田 武史、高田 昭英、松本 慶、 Christoph Rademacher	126
コーチング	栗津 恭一郎	129
アントレプレナーシップの実践【前期】	海老澤 観	132
アントレプレナーシップの実践【後期】	海老澤 観	135
グローバル経営戦略論	犬飼 知徳	138
アジアビジネス論	池部 亮	140
イノベーションの実践	生稲 史彦	142
技術開発マネジメント論	生稲 史彦	144
デジタル変革時代の経営戦略	生稲 史彦	147
サプライチェーンマネジメント	加藤 弘貴	150
ベンチャービジネス論	新藤 晴臣	152
中小企業論	鹿住 倫世	154
ヘルスケアビジネス入門	真野 俊樹	156
高齢社会ビジネス	真野 俊樹	158
ヘルスケア産業論	真野 俊樹	160
Strategic Management and Global Leadership	木村 剛	162
戦略特別研究（ヘルスケアビジネスと政策の展望）	渡辺 英克	165
マーケティング・リサーチ	土田 尚弘	167
マーケティング・コミュニケーション	大西 浩志	170
ヘルスケアマーケティング	真野 俊樹	173
ブランド戦略論	阿部 誠	176
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	178

マーケティング特別研究（ニューロマーケティング）	萩原 一平	180
キャリア管理論	萩野 勝彦	182
ダイバーシティマネジメント	池田 心豪	185
人的資源特別研究（管理職の役割と部下マネジメント）/管理職の役割と部下マネジメント	安藤 史江	188
人的資源特別研究（日本の労働法政策）	濱口 桂一郎	191
インベストメントと企業リスク管理	人見 健	193
リアルオプションと企業戦略	服部 徹	196
ビジネスのための金融工学	荒川 研一	199
ファイナンス特別研究（CFO論）	石橋 善一郎	202
グローバル経営法務	吉田 愛	206
知的財産戦略と法実務	小坂 準記	208
対行政のビジネス法務	杉浦 宣彦、小林 香、保井 俊之	210
労働関連法務	近藤 圭介	213
M&Aと契約・デューデリジェンス/M&Aと事業・組織再編	吉田 愛、阿部 克巳	215
金融市場と法	杉浦 宣彦	217
特別講義（実践・変革マネジメント論）	松江 英夫	220
特別講義（金融行政とその課題）	繁本 賢也、光武 敬志、 杉浦 宣彦	224
特別講義（ヘルスケア制度・行政論）	田極 春美、岩名 礼介	226
フィールドラーニング（戦略1）	竹田 陽子	229
フィールドラーニング（戦略2）	竹田 陽子	231
フィールドラーニング（カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）	中村 博	233
流通・営業戦略/フィールドラーニング（流通・営業戦略）	中村 博	236
フィールドラーニング（グローバル・イノベーション：米国シリコンバレー）	犬飼 知徳、高村 静、宇田川 博文	239
フィールドラーニング（グローバル・イノベーション：ベトナム）	中村 博、金 雲鎬	242
研究方法論基礎	竹田 陽子	245
社会調査法	小熊 信	247

プロジェクト研究 I	阿部 誠、生稲 史彦、石崎 篤史、 犬飼 知徳、金 雲鎬、 島貫 智行、新藤 晴臣、 杉浦 宣彦、高村 静、竹田 陽子、 露木 恵美子、遠山 亮子、 中村 博、真野 俊樹、宮永 雅好、 吉田 愛	250
プロジェクト研究 II	阿部 誠、生稲 史彦、石島 博、 石崎 篤史、犬飼 知徳、 金 雲鎬、島貫 智行、 新藤 晴臣、杉浦 宣彦、 高村 静、竹田 陽子、 露木 恵美子、遠山 亮子、 中村 博、真野 俊樹、宮永 雅好、 吉田 愛	252
論文	阿部 誠、生稲 史彦、石島 博、 石崎 篤史、犬飼 知徳、 金 雲鎬、島貫 智行、 新藤 晴臣、杉浦 宣彦、 高村 静、竹田 陽子、 露木 恵美子、遠山 亮子、 中村 博、真野 俊樹、宮永 雅好、 吉田 愛	254
課題研究	阿部 誠、生稲 史彦、石島 博、 石崎 篤史、犬飼 知徳、 金 雲鎬、島貫 智行、 新藤 晴臣、杉浦 宣彦、 高村 静、竹田 陽子、 露木 恵美子、遠山 亮子、 中村 博、真野 俊樹、宮永 雅好、 吉田 愛	256

カリキュラムマップについて

カリキュラムマップ 戦略経営研究科戦略経営専攻

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、修了までに身につけるべき能力のどの項目と関連するのかが、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。

ナンバリング	区分	区分	科目名	◎最も強く関連、○強く関連、△やや関連						
				1:問題発見・解決力:市場や事業や産業において本質的課題を捉え、設定した問題を適切に解決することができる。	2:戦略構築力:俯瞰的かつ長期的な視点から論理的に戦略を構築することができる。	3:現状理解力:人や組織や市場を観察し、現状を適切に理解できる。	4:巻き込み力:現場・組織・社会を変えるためにアイデアと行動を通して他者を巻き込むことができる。	5:資源動員力:目的達成のためにヒト・モノ・カネ・情報・知識といった多様な経営資源を獲得し、活用できる。	6:ネットワーキング力:新たな価値を生み出すために、新たな繋がりを作り出すことができる。	7:コンプライアンス力:企業家として高い倫理性を備えた経営を実践できる。
BS-MN5-1001	基礎科目	共通	リーダーシップコア	○	○	◎	◎	◎	◎	○
BS-MN5-1002	基礎科目	共通	現代社会の経済学	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-1101	基礎科目	戦略	経営戦略論	◎	◎	◎	△	◎	△	△
BS-MN5-1201	基礎科目	マーケティング	マーケティング戦略論	◎	◎	◎	◎	◎	△	△
BS-MN5-1301	基礎科目	人的資源管理	人的資源管理論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-1401	基礎科目	ファイナンス	企業会計とファイナンスの基礎	◎	◎	◎	△	◎	◎	◎
BS-MN5-1501	基礎科目	経営法務	経営法務概論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-2001	発展科目	共通	アントレプレナーシップとビジネスプランニング	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-2111	発展科目	戦略	ビジネスモデル戦略論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-2112	発展科目	戦略	戦略と組織	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-2113	発展科目	戦略	知識創造戦略論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-2211	発展科目	マーケティング	消費者行動論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-2212	発展科目	マーケティング	デジタル時代のマーケティング戦略	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-2311	発展科目	人的資源管理	雇用管理	◎	◎	◎	△	◎	◎	◎
BS-MN5-2312	発展科目	人的資源管理	人材開発	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-2313	発展科目	人的資源管理	インセンティブ・マネジメント	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-2411	発展科目	ファイナンス	コーポレートファイナンスと企業戦略	◎	◎	◎	△	◎	◎	△
BS-MN5-2412	発展科目	ファイナンス	財務報告論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-2511	発展科目	経営法務	コンプライアンス・内部統制と法務	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3051	専門科目	共通	企業の社会的責任	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3052	専門科目	共通	デザインシンキング	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3053	専門科目	共通	ビジネス・コミュニケーション	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3054	専門科目	共通	チームビルディングとリーダーシップ	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3055	専門科目	共通	ビジネス交渉術	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3056	専門科目	共通	コーチング	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3057	専門科目	共通	アントレプレナーシップの実践	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-3151	専門科目	戦略	グローバル経営戦略論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-3152	専門科目	戦略	アジアビジネス論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-3153	専門科目	戦略	イノベーションの実践	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-3154	専門科目	戦略	技術開発マネジメント論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3155	専門科目	戦略	デジタル変革時代の経営戦略	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3156	専門科目	戦略	サプライチェーンマネジメント	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3157	専門科目	戦略	ベンチャービジネス論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3158	専門科目	戦略	中小企業論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-3159	専門科目	戦略	ヘルスケアビジネス入門	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3160	専門科目	戦略	高齢社会ビジネス	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3161	専門科目	戦略	ヘルスケア産業論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3162	専門科目	戦略	Strategic Management and Global Leadership	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-3163	専門科目	戦略	戦略特別研究（ヘルスケアビジネスと政策の展望）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3251	専門科目	マーケティング	マーケティング・リサーチ	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3252	専門科目	マーケティング	マーケティング・コミュニケーション	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3253	専門科目	マーケティング	ヘルスケアマーケティング	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3254	発展科目	マーケティング	ブランド戦略論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3255	専門科目	マーケティング	マーケティング特別研究（B to Bマーケティング）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-3256	専門科目	マーケティング	マーケティング特別研究（ニューロマーケティング）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-3351	専門科目	人的資源管理	キャリア管理論	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3352	専門科目	人的資源管理	ダイバーシティマネジメント	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3353	専門科目	人的資源管理	人的資源管理特別研究（管理職の役割と部下マネジメント） /管理職の役割と部下マネジメント	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3354	専門科目	人的資源管理	人的資源特別研究（日本の労働法政策）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3451	専門科目	ファイナンス	インベストメントと企業リスク管理	◎	◎	◎	△	◎	◎	△
BS-MN5-3452	専門科目	ファイナンス	リアルオプションと企業戦略	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3453	専門科目	ファイナンス	ビジネスのための金融工学	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-3454	専門科目	ファイナンス	ファイナンス特別研究（CFO論）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-3551	専門科目	経営法務	グローバル経営法務	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3552	専門科目	経営法務	知的財産戦略と法務（経済法との交錯）/知的財産戦略と法務	◎	◎	◎	△	◎	◎	◎
BS-MN5-3553	専門科目	経営法務	対行政のビジネス法務	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3554	専門科目	経営法務	労働関連法務	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3555	専門科目	経営法務	M&Aと契約・デューデリジェンス	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3556	発展科目	経営法務	金融市場と法	◎	◎	◎	△	◎	◎	◎
BS-MN5-3651	専門科目	特別講義	特別講義（実践・変革マネジメント論）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3652	専門科目	特別講義	特別講義（金融行政とその課題）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3653	専門科目	特別講義	特別講義（ヘルスケア制度・行政論）	◎	△	◎	◎	◎	◎	△
BS-MN5-3654	専門科目	特別講義	フィールドラーニング（戦略1）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3655	専門科目	特別講義	フィールドラーニング（戦略2）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3656	専門科目	特別講義	フィールドラーニング （カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3657	専門科目	特別講義	流通・営業戦略/フィールドラーニング（流通・営業戦略） フィールドラーニング	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3658	専門科目	特別講義	（グローバル・イノベーション）:米国シリコンバレー）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3659	専門科目	特別講義	フィールドラーニング（グローバル・イノベーション）:ベトナム）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3751	専門科目	方法論	研究方法論基礎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3752	専門科目	方法論	社会調査法	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-3753	専門科目	方法論	ケース研究法	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-4801	プロジェクト研究	プロジェクト研究	プロジェクト研究Ⅰ	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-4811	プロジェクト研究	プロジェクト研究	プロジェクト研究Ⅱ	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-4951	プロジェクト研究	プロジェクト研究	論文	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-4952	プロジェクト研究	プロジェクト研究	論文	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
BS-MN5-4953	プロジェクト研究	プロジェクト研究	論文・課題研究	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎

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		②	③		④	⑤	⑥	⑦
学部 ・研究科	(ハイフン)	分野コード	レベル	(ハイフン)	識別コード (1)	識別コード (2)	識別コード (3)	識別コード (4)
AB	-	CD	1	-	2	3	4	5
英字		英字	数字		英数字			

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。

例【BS-MN5-3052】

- 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	基礎科目	Basic Subject
2	発展科目	Advanced Subject
3	専門科目	Specialized Subject
4	プロジェクト研究	Project Research

■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
6	特別講義	Special Lecture
7	方法論	Methodology
8	プロジェクト研究	Project Research
9	プロジェクト研究 (論文・課題研究)	Project Research (Thesis/Themed Research)

■履修形態 ⑥・⑦【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	リーダーシップコア 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1001
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> 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。 (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。 (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> (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。 (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。 (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> <p>この科目では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、△2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力</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、組織行動論の基本を踏まえつつ、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	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 第2回：パーソナリティ・価値観・感情に関する理論 第3回：ワークモチベーションに関する理論 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 第5回：チームワークについての理解と考察 第6回：コミュニケーションに関する理解と考察 第7回：リーダーシップとは何か？自身のリーダーシップに関する持論の棚卸 第8回：リーダーシップに関する主要な理論の理解と考察 第9回：CBS 出身のリーダーたちの講演

	<p>第 10 回：CBS 出身のリーダーたちを交えてのディスカッション 第 11 回：組織文化に関する理解と考察 第 12 回：組織文化に関する事例分析 第 13 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 第 14 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>・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>
<p>成績評価の 基準と方法</p>	<p>・成績評価の方法 ■課題レポート（個人） 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。</p> <p>評価基準</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 最終レポート 40% 最終課題の完成度、全体を通じた授業の理解度を基準とする。</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 ■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、Cplus 等でフィードバックを行う</p> <p>・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）</p>
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>参考文献一覧： 使用テキスト：スティーブン・P・ロビンズ（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： ・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</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・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: 『12人の怒れる男』</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。 ・授業日の当日朝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</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	リーダーシップコア 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1001
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> 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。 (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。 (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> (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。 (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。 (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> <p>この科目では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、△2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワークング力、△7：コンプライアンス力</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、組織行動論の基本を踏まえつつ、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	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 第2回：パーソナリティ・価値観・感情に関する理論 第3回：ワークモチベーションに関する理論 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 第5回：チームワークについての理解と考察 第6回：コミュニケーションに関する理解と考察 第7回：リーダーシップとは何か？自身のリーダーシップに関する持論の棚卸 第8回：リーダーシップに関する主要な理論の理解と考察 第9回：CBS 出身のリーダーたちの講演

	<p>第 10 回：CBS 出身のリーダーたちを交えてのディスカッション 第 11 回：組織文化に関する理解と考察 第 12 回：組織文化に関する事例分析 第 13 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 第 14 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>・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>
<p>成績評価の 基準と方法</p>	<p>・成績評価の方法 ■課題レポート（個人） 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。</p> <p>評価基準</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 最終レポート 40% 最終課題の完成度、全体を通じた授業の理解度を基準とする。</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 ■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、Cplus 等でフィードバックを行う</p> <p>・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）</p>
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>参考文献一覧： 使用テキスト：スティーブン・P・ロビンズ（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： ・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</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・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: 『12人の怒れる男』</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。 ・授業日の当日朝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</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	現代社会の経済学【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1002
担当者	竹田 陽子、犬飼 知徳、中泉 拓也
履修条件	特になし（2025年度入学生から原則第4セメスターに履修する）
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的) 経済学の基礎的な概念と理論を正しく理解し、ビジネス実務において直面する諸問題を分析し、意思決定する際のパースペクティブとして身につける。</p> <p>(到達目標) 経済学の諸概念を、企業戦略の策定、組織と制度のデザイン、ビジネス・エコシステムの形成等における意思決定に活用できる。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○5：資源動員力</p>
概要	<p>経済学の基礎的な概念と理論の講義に加え、小演習、グループワークなどをおこない、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、授業において、微分積分や数列などの数理モデルをできるだけ使わずに説明するが、中学数学レベルの簡単な計算や、図示はおこなう。</p>
授業計画	<p>第1回 ミクロ経済学の基礎：グラフの用法・外観 市場の概要 第2回 ミクロ経済学の基礎：需要曲線・供給曲線の導出 第3回 ミクロ経済学の基礎：市場均衡の導出と比較静学による応用事例 第4回 ミクロ経済学の基礎：市場の失敗(外部性、費用逓減、公共財、不完全競争、情報の経済学) 第5回 ゲーム理論の基礎：囚人のジレンマとナッシュ均衡 第6回 ゲーム理論の基礎：部分ゲーム完全均衡と経済問題への応用 第7回 戦略の経済学 (1) 第8回 戦略の経済学 (2) 第9回 戦略の経済学 (3) 第10回 組織の経済学 (1) 第11回 組織の経済学 (2) 第12回 組織の経済学 (3) 第13回 マクロ経済学の基礎(1) 第14回 マクロ経済学の基礎(2)</p> <p>※授業内容は、授業の進捗や講師の都合で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> ■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>
成績評価の基準と方法	<p>■最終レポート 50 %</p> <p>■中間小テスト 25%</p> <p>■グループ発表 25%</p> <p>合計 100%</p> <p>評価基準:</p> <p>経済学としての論理・分析方法の妥当性、着眼点の独自性、表現のわかりやすさを評価とする。</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>⑥ 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、Cplus 等でフィードバックを行う</p> <p>□その他（ ）</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語</p>
テキスト・参考文献等	<p><テキスト></p> <p>グレゴリーマンキュー著『マンキュー入門経済学 第4版』東京化学同人社 2025年</p> <p>梶井厚志『戦略的思考の技術』中公新書 2014年</p> <p><参考文献></p> <p>テーマ毎に適宜紹介する。</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 ・原則として授業3日前までにアップロードするが、講義資料は、講義直前に追加修正がある場合がある。また、解答やディスカッションのポイントに関するページは省略することがある。 <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"> ・課題の提示は原則として1週間前に行う。提出・発表方法については、都度指示する。 <p><準備学習について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・この授業では、一度習った概念を確実に身につけることが次回への準備学習として重要なので、前回までの講義の復習を重点的におこなうこと。 ・講義中に提示する課題に必ず取り組むこと。

科目名	現代社会の経済学 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1002
担当者	犬飼 知徳、竹田 陽子、中泉 拓也
履修条件	特になし（2025年度入学生から原則第4セメスターに履修する）
科目の目的 ・到達目標	<p>(科目の目的) 経済学の基礎的な概念と理論を正しく理解し、ビジネス実務において直面する諸問題を分析し、意思決定する際のパースペクティブとして身につける。</p> <p>(到達目標) 経済学の諸概念を、企業戦略の策定、組織と制度のデザイン、ビジネス・エコシステムの形成等における意思決定に活用できる。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○5：資源動員力</p>
概要	<p>経済学の基礎的な概念と理論の講義に加え、小演習、グループワークなどをおこない、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、授業において、微分積分や数列などの数理モデルをできるだけ使わずに説明するが、中学数学レベルの簡単な計算や、図示はおこなう。</p>
授業計画	<p>第1回 ミクロ経済学の基礎：グラフの用法・外観 市場の概要 第2回 ミクロ経済学の基礎：需要曲線・供給曲線の導出 第3回 ミクロ経済学の基礎：市場均衡の導出と比較静学による応用事例 第4回 ミクロ経済学の基礎：市場の失敗(外部性、費用逓減、公共財、不完全競争、情報の経済学) 第5回 ゲーム理論の基礎：囚人のジレンマとナッシュ均衡 第6回 ゲーム理論の基礎：部分ゲーム完全均衡と経済問題への応用 第7回 戦略の経済学 (1) 第8回 戦略の経済学 (2) 第9回 戦略の経済学 (3) 第10回 組織の経済学 (1) 第11回 組織の経済学 (2) 第12回 組織の経済学 (3) 第13回 マクロ経済学の基礎(1) 第14回 マクロ経済学の基礎(2)</p> <p>※授業内容は、授業の進捗や講師の都合で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> ■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>■土日対面授業実施</p>
成績評価の基準と方法	<p>■最終レポート 50 %</p> <p>■中間小テスト 25%</p> <p>■グループ発表 25%</p> <p>合計 100%</p> <p>評価基準:</p> <p>経済学としての論理・分析方法の妥当性、着眼点の独自性、表現のわかりやすさを評価とする。</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>⑥ 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、Cplus 等でフィードバックを行う</p> <p>□その他（ ）</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語</p>
テキスト・参考文献等	<p><テキスト></p> <p>グレゴリーマンキュー著『マンキュー入門経済学 第4版』東京化学同人社 2025年</p> <p>梶井厚志『戦略的思考の技術』中公新書 2014年</p> <p><参考文献></p> <p>テーマ毎に適宜紹介する。</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 ・原則として授業3日前までにアップロードするが、講義資料は、講義直前に追加修正がある場合がある。また、解答やディスカッションのポイントに関するページは省略することがある。 <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"> ・課題の提示は原則として1週間前に行う。提出・発表方法については、都度指示する。 <p><準備学習について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・この授業では、一度習った概念を確実に身につけることが次回への準備学習として重要なので、前回までの講義の復習を重点的におこなうこと。 ・講義中に提示する課題に必ず取り組むこと。

科目名	経営戦略論【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1101
担当者	遠山 亮子
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。</p> <p>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</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、△4：巻き込み力、○5：資源動員力、△6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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。</p>
授業計画	<p>第1回 序説：戦略とは何か</p> <p>第2回 SWOT分析、ポジショニングアプローチとRBV</p> <p>第3回 課題発表1（SWOT分析）</p> <p>第4回 競争戦略：競争優位、ポジション別の戦略</p> <p>第5回 ケース・マブチモーター、コアコンピタンスとコアリジディティ</p> <p>第6回 業界構造分析：ポーターの5要因、価値相関図</p> <p>第7回 ゲストスピーカー講演※</p> <p>第8回 ゲストスピーカーとの意見交換</p> <p>第9回 課題発表2（業界構造分析）</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>第13回 全社戦略：垂直統合・多角化と企業ドメイン</p> <p>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</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>

	<ul style="list-style-type: none"> ・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 ■土日対面授業実施
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% ■授業内での挙手発言 10% ■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><評価基準></p> <p>最終レポート：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（現状理解力・問題発見力）。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（想像力、問題解決力、戦略構想力）。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> <ul style="list-style-type: none"> ・課題に対するフィードバックの方法 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。 ・授業で使用する言語 ■日本語
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Cplus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Cplus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 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1101
担当者	遠山 亮子
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。</p> <p>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</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、△4：巻き込み力、○5：資源動員力、△6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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。</p>
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リジディティ 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 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</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>
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 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：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（現状理解力・問題発見力）。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（想像力、問題解決力、戦略構想力）。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> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語</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【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1101
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。</p> <p>(到達目標) 経営戦略とはなにかを理解し、実際の経営戦略を読み解けるようになることを目指す。そのために、企業経営を語るための言葉(概念)を身につけ、経営戦略論で蓄積されてきたツール(分析枠組)とそれを支える論理を理解する。これらの知識を用い、現実の企業を分析してゆくことを通じて、経営戦略への理解を深められる。さらに、より良い経営戦略を構想する力を身につけられる。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、△4：巻き込み力、○5：資源動員力、△6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力、</p>
概要	<p>現代の企業が変化に対応しつつ、組織を運営していくにあたって、経営戦略は重要な役割を果たす。本講義では、全社戦略と事業戦略を中心にして、経営戦略論の基礎を共有する。</p> <p>講義では、企業の戦略策定と実行に関する理論を取り上げ、事例を交えて説明して、グループワークとディスカッションを行う。理論の説明と質疑応答、グループワークなどを通じて、理論を理解し、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も適宜、議論の対象にする予定である。</p>
授業計画	<p>第1回 経営戦略とは何か 第2回 <グループワーク> 自社の戦略を読み解く 第3回 業界構造の分析 第4回 <グループワーク> 競争環境の分析 第5回 競争優位の構築 第6回 <グループワーク> 競争優位の分析 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 <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10回 <ゲストスピーカーとの意見交換> 第11回 全社戦略の概要、多角化、グローバル化 第12回 <グループワーク> 事業展開の分析 第13回 垂直統合、戦略と組織 第14回 <グループワーク> 組織の重さ</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す。 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る。</p>

	<p>ります。</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>
成績評価の基準と方法	<p>レポートおよびグループワークでの発言とその内容による。</p> <p>■課題レポート 20%</p> <p>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>■グループワーク 10%</p> <p>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>■最終レポート 70%</p> <p>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%</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>■授業時間内で講評もしくは解説の時間を設ける</p> <p>授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</p>
テキスト・参考文献等	<p><テキスト:></p> <p>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</p> <p>沼上幹 (2023) 『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></p> <p>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> <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>

授業 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>

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

<準備学習について>

- 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
- 講義中に提示する課題を必ず取り組むこと

科目名	マーケティング戦略論 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1201
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。</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> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○4：巻き込み力、○5：資源動員力、△6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力</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：新製品の重要性 第2回：市場機会の発見と参入戦略 第3回：セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング (STP) 第4回：価値創造 第5回：マーケティング・コミュニケーション 第6回：カスタマーリレーションシップ・マネジメント 第7回：欧米小売業のグローバル・マーケティング 第8回：チャネル戦略 第9回：価格戦略 第10回：B to B マーケティング 第11回：新商品発売後の追跡 第12回：マーケティングデータのマーケティング戦略活用 第13回-14回：最終課題報告とまとめ</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、メーカーや小売業の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(https://asi-inst.org)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</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>3回程度の課題を Word で作成し提出(10点×3回：回答の正確性および理解の精度)</p> <p>■授業内での挙手発言およびグループワークの報告(発言の頻度と発言内容) 10%</p> <p>■プレゼンテーション 60%</p> <p>最終課題のグループワークによるプレゼンテーションの内容(仮説設定の妥当性・分析力・結論の妥当性)</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>■授業時間に限らず、個別にフィードバックを行う</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □(その他)</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：『マーケティングは進化する』第2版(2022)、水野誠(著)、同文館</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> <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>課題レポートの提出について</p> <p>・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> <p>プレゼンテーションについて</p> <p>・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。</p> <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</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。</p>

科目名	マーケティング戦略論 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1201
担当者	金 雲鎬
履修条件	特になし
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的: この授業では、さまざまなマーケティング理論を相互に関連付けながらマーケティングの基本的な考え方や概念・理論を理解し、具体的なマーケティング戦略を立案するための視点を得ることを目的とする。</p> <p>到達目標: マーケティング理論の習得を通じて、戦略的に経営する力を身につけると同時に、現場で迷う時に判断の軸になる視点を提供することを目標とする。</p> <p>この科目では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、◎2: 戦略構想力、◎3: 現状理解力、△4: 巻き込み力、○5: 資源動員力、◎6: ネットワーキング力、△7: コンプライアンス力</p>
概要	<p>具体的なマーケティング戦略を立案するためのさまざまな視点を得ることを目的とする。授業では、世界のマーケティング研究の潮流が分かるように、分野別に最先端の研究も紹介する。授業は、講義の形式に加え、考える時間を設けたり、グループによりディスカッションや発表を行う。</p>
授業計画	<p>【第1部 マーケティングマネジメント論観点で見るマーケティング戦略】</p> <p>第1回 マーケティング全体像を理解しよう: マーケティングマネジメント論 (STP-4P) の体系と限界</p> <p>第2回 マーケティング環境の分析と STP 戦略</p> <p>第3回 マーケティングミックス戦略</p> <p>第4回 グローバル企業のマーケティングミックス戦略</p> <p>第5回 消費者行動の理解とブランド戦略①</p> <p>第6回 消費者行動の理解とブランド戦略②</p> <p>【第2部 複眼的観点で見るマーケティング戦略: マーケティングマネジメント論の限界と解決】</p> <p>第7回 戦略的マーケティングの考え方</p> <p>第8回 マーケティング戦略と組織問題</p> <p>第9回 関係性マーケティング戦略① 消費者との関係</p> <p>第10回 関係性マーケティング戦略② 企業間関係</p> <p>第11回 流通戦略①</p> <p>第12回 流通戦略②</p> <p>第13回 営業戦略</p> <p>第14回 デジタルマーケティング戦略</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>

	<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 % 評価基準：最終課題の完成度、全体を通じた授業の理解度を基準とする。 ■グループワーク 20% 評価基準：グループワークへの貢献と、グループ成果の質を評価する。 ■授業内での挙手発言 10% 評価基準：授業参加度および積極性を評価する。 <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> <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 ■授業時間に限らず、ポータルまたは個別にフィードバックを行う ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □(その他)
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：高嶋克義・桑原秀史 『現代マーケティング論』 有斐閣アルマ 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"> ・授業の最後に案内する次回授業内容について、問題意識を深めてから講義に出席すること。

科目名	マーケティング戦略論 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1201
担当者	阿部 誠
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>顧客 (customer) なしでは、ビジネスは成り立たない。経営のなかでもマーケティングは企業と顧客のインターフェイスを担う唯一の機能を果たすという意味で、その役割は企業経営の中核をなすべきものである。それを反映して、マーケティングはマーケティング部という独立部門が操るものではなく経営者トップ (CEO) がリーダーシップを取り会社全体が行っていくべきものであると言う考え方が提唱され始めている。この講義では、あえて "マーケティング" を "Market-Based Management" と言う新しい観点で従来のマーケティング機能を見直し、顧客中心の経営を検討していく。</p> <p><到達目標></p> <p>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、様々なマーケティング現象を分析することで、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。また、理論で学んだことを、具体的な企業に当てはめて考え、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を分析し、改善案を提示することを最終目標とする。</p> <p>この科目では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、◎2: 戦略構想力、◎3: 現状理解力、○4: 巻き込み力、○5: 資源動員力、△6: ネットワーキング力、△7: コンプライアンス力</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・競争環境と消費者行動の分析、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・サイエンス</p> <p>第2回 マーケティング戦略プロセス: ケーススタディ</p> <p>第3回 消費者行動</p> <p>第4回 マーケティング・リサーチ</p> <p>第5回 マーケティング戦略: セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング</p> <p>第6回 プロダクト</p> <p>第7回 プライシング</p> <p>第8回 コミュニケーションと広告</p> <p>第9回 プロモーション</p> <p>第10回 流通と営業</p> <p>第11回 テストとコントロール</p>

	<p>第 12 回 カスタマー・リレーションシップ・マネジメント 第 13 回 インターナショナル・マーケティング、ブランド 第 14 回 期末試験</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 ■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 ■定期試験：50% 概念・理論の理解とビジネスへの応用力 ■授業内での挙手発言（発言の頻度と発言内容）およびグループワークの報告：20% 評価基準：課題に対して、具体例を用いて論理性と分析力のある説明をできるか ■プレゼンテーション：30% 最終課題のグループワークによるプレゼンテーションの内容（仮説設定の妥当性・分析力・結論の妥当性） 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、個別にフィードバックを行う</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> 『大学4年間のマーケティングを10時間でざっと学べる』 阿部誠（著）、KADOKAWA</p> <p><参考文献> 『新版 マーケティング・サイエンス入門：市場対応の科学的マネジメント』 古川一郎・守口剛・阿部誠（著）、有斐閣</p>
特記事項	<p><教材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」で配布する。 ・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> ・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><ディスカッションについて> ・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> <p><プレゼンテーションについて> ・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。</p>

科目名	人的資源管理論 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1301
担当者	島貫 智行
履修条件	特になし。
科目の目的・到達目標	<p><科目の目的> 人的資源管理と呼ばれる企業の人材活用についての基本的な考え方や知識を習得するとともに、人事課題に関する今日的なトピックについての理解を深める。</p> <p><到達目標> 人的資源管理の考え方や知識を習得し、それらを自身の実務経験や勤務先での問題意識と結びつけながら、経営者や管理者として人事課題を分析し変革に向けた意思決定ができるようになる。</p> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、○4:巻き込み力、○5:資源動員力、◎7:コンプライアンス力</p>
概要	<p>人的資源管理は、人事部門のみならず経営者や管理者が取り組むべき経営課題の一つである。企業の戦略と連動した人的資源管理を実践するという戦略人事の考え方をベースとして、従業員の採用や育成、配置、評価、処遇などの基本機能をはじめ、ダイバーシティ・マネジメントやワーク・ライフ・バランス、組織開発などの主要トピックについても学ぶ。</p>
授業計画	<p>授業計画は、以下のとおりである。講義とケース討議、ゲスト講演を予定している。予習したうえで授業に参加してほしい（※第1回から予習課題がある）。なお、諸事情により各回のテーマや順序、配付資料等が変更になる可能性がある。</p> <p>第1回：戦略人事 第2回：採用 第3回：人材育成 第4回：異動とキャリア 第5回：評価 第6回：処遇 第7回：退出 第8回：労働時間管理 第9回：人材ポートフォリオ 第10回：ダイバーシティ・マネジメント 第11回：国際人的資源管理 第12回：日本企業の人事変革（ゲスト講演） 第13回：総合問題 第14回：フォローアップ</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 総合商社人事部門での勤務経験をふまえて、受講者が人的資源管理の考え方や知識を課題解決に活かせる思考力の涵養を支援したい。 ・ アクティブ・ラーニング要素 ■ ディスカッション ■ プレゼンテーション ・ (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 ■ 小テスト 25% ■ 課題レポート 60% ■ 授業内での挙手発言 15% 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 ・ 小テスト：テキストの指定された章に関する正誤判定問題である。授業に際しての基礎知識の理解度を評価する。 ・ 課題レポート：設問を提示するので、テキストや授業の学習内容をふまえて回答すること。基礎知識の理解や論理構成の適切さを評価する。 ・ 授業内での挙手発言：授業中の発言や発表を内容や頻度等を考慮し評価する。 ・ 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、Cplus 等でフィードバックを行う □ その他 () ・ 授業で使用する言語 ■ 日本語 □ 英語 □ (その他)
テキスト・ 参考文献等	<ul style="list-style-type: none"> ・ テキスト 今野浩一郎・佐藤博樹（2022）『人事管理入門（新装版）』日本経済新聞出版 ・ 参考文献 守島基博（2021）『全員戦力化：戦略人材不足と組織力開発』日本経済新聞出版 有沢正人・石山恒貴（2022）『カゴメの人事改革：戦略人事とサステナブル人事による人的資本経営』中央経済社 高倉千春（2023）『人事変革ストーリー：個と組織「共進化」の時代』光文社新書 曾山哲人・金井壽宏（2014）『クリエイティブ人事：個人を伸ばす、チームを活かす』光文社新書 八木洋介・金井壽宏（2012）『戦略人事のビジョン：制度で縛るな、ストーリーを語れ』光文

	<p>社新書 鶴光太郎（2023）『日本の会社のための人事の経済学』日本経済新聞出版</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。ケース討議の場合には、授業当日に配付する。 <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"> ・プレ講義で説明する。プレ講義に参加できない場合には録画を必ず視聴すること。 <p>◎予習・復習等の準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テキストの事前に指定された章を読み、小テストに解答すること。資料・ケースおよび設問に関する予習課題を提出すること。 <p>◎その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成績評価は、評価項目の合計点により、大学が定めた評点基準と比率目安に基づいて行う。 ・ケース購入費用が必要となる。ケースの配付方法等は授業時に説明する。

科目名	人的資源管理論 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1301
担当者	島貫 智行
履修条件	特になし。
科目の目的・到達目標	<p><科目の目的> 人的資源管理と呼ばれる企業の人材活用についての基本的な考え方や知識を習得するとともに、人事課題に関する今日的なトピックについての理解を深める。</p> <p><到達目標> 人的資源管理の考え方や知識を習得し、それらを自身の実務経験や勤務先での問題意識と結びつけながら、経営者や管理者として人事課題を分析し変革に向けた意思決定ができるようになる。</p> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、○4:巻き込み力、○5:資源動員力、◎7:コンプライアンス力</p>
概要	人的資源管理は、人事部門のみならず経営者や管理者が取り組むべき経営課題の一つである。企業の戦略と連動した人的資源管理を実践するという戦略人事の考え方をベースとして、従業員の採用や育成、配置、評価、処遇などの基本機能をはじめ、ダイバーシティ・マネジメントやワーク・ライフ・バランス、組織開発などの主要トピックについても学ぶ。
授業計画	<p>授業計画は、以下のとおりである。講義とケース討議、ゲスト講演を予定している。予習したうえで授業に参加してほしい（※第1回から予習課題がある）。なお、諸事情により各回のテーマや順序、配付資料等が変更になる可能性がある。</p> <p>第1回：戦略人事 第2回：採用 第3回：人材育成 第4回：異動とキャリア 第5回：評価 第6回：処遇 第7回：退出 第8回：労働時間管理 第9回：人材ポートフォリオ 第10回：ダイバーシティ・マネジメント 第11回：国際人的資源管理 第12回：日本企業の人事変革（ゲスト講演） 第13回：総合問題 第14回：フォローアップ</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 総合商社人事部門での勤務経験をふまえて、受講者が人的資源管理の考え方や知識を課題解決に活かせる思考力の涵養を支援したい。 ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション ■プレゼンテーション ・（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 ■小テスト 25% ■課題レポート 60% ■授業内での挙手発言 15% 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 ・小テスト：テキストの指定された章に関する正誤判定問題である。授業に際しての基礎知識の理解度を評価する。 ・課題レポート：設問を提示するので、テキストや授業の学習内容をふまえて回答すること。基礎知識の理解や論理構成の適切さを評価する。 ・授業内での挙手発言：授業中の発言や発表を内容や頻度等を考慮し評価する。 ・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、Cplus 等でフィードバックを行う □その他（ ） ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・ 参考文献等	<ul style="list-style-type: none"> ・テキスト 今野浩一郎・佐藤博樹（2022）『人事管理入門（新装版）』日本経済新聞出版 ・参考文献 守島基博（2021）『全員戦力化：戦略人材不足と組織力開発』日本経済新聞出版 有沢正人・石山恒貴（2022）『カゴメの人事改革：戦略人事とサステナブル人事による人的資本経営』中央経済社 高倉千春（2023）『人事変革ストーリー：個と組織「共進化」の時代』光文社新書 曾山哲人・金井壽宏（2014）『クリエイティブ人事：個人を伸ばす、チームを活かす』光文社新書 八木洋介・金井壽宏（2012）『戦略人事のビジョン：制度で縛るな、ストーリーを語れ』光文

	<p>社新書 鶴光太郎（2023）『日本の会社のための人事の経済学』日本経済新聞出版</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。ケース討議の場合には、授業当日に配付する。 <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"> ・プレ講義で説明する。プレ講義に参加できない場合には録画を必ず視聴すること。 <p>◎予習・復習等の準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テキストの事前に指定された章を読み、小テストに解答すること。資料・ケースおよび設問に関する予習課題を提出すること。 <p>◎その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成績評価は、評価項目の合計点により、大学が定めた評点基準と比率目安に基づいて行う。 ・ケース購入費用が必要となる。ケースの配付方法等は授業時に説明する。

科目名	企業会計とファイナンスの基礎 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1401
担当者	石崎 篤史
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>現代企業においては、会計・ファイナンスの考え方が企業活動に従事する誰にとっても不可欠なリテラシーである。そこで、本講義では、チェンジリーダーを目指すミドルマネージャーにとって不可欠な会計・ファイナンス全般に関する基礎知識及びその考え方を習得する。中でも、最も重要な考え方として「企業価値経営」の概念を身に着ける。</p> <p>■到達目標</p> <p>「企業価値経営」を実践するために必要な意思決定として、以下の会計・ファイナンスの基礎的な知識を体系的に習得し理解するとともに、それらの判断基準を理解し、自分の力（頭）で活用できるようになること。</p> <p>・財務3表のつながりを理解し、各企業活動の結果創出された利益がどのように財務諸表に記載されるのかを理解する。</p> <p>・財務3表から、財務分析（安全性分析、効率性分析、収益性分析、成長性分析）を行い総合的評価ができる。</p> <p>・原価計算、損益分岐点分析の考え方を理解し、変動損益計算書の作成ができる。</p> <p>・資本コストを重視した ROIC 経営とは何かを理解する。</p> <p>・企業価値経営に必要な財務的意思決定とは何かを理解し、各決定内容（投資、資金調達、株主還元）の考え方を理解する。</p> <p>■この科目では7つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す</p> <p>◎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、6:ネットワークング力、7:コンプライアンス力</p>
概要	<p>・受講者の多くは、会計・ファイナンスについてほとんど学習した経験がない、いわゆる初学者であるため、初学者向けに分かりやすくポイントを絞った講義を行う。</p> <p>・本講義のポイントは次の現状課題を克服することにある。すなわち、多くの受講生にとって会計・ファイナンス分野は馴染みがない、取っつきにくい分野であるのが現状である一方で、ミドルクラス以上のマネージャーが直面する現場では、経営者や投資家が行う、「会計・ファイナンス分野を基にした様々な意思決定や考え方」を理解し対応すること、経営層に提案できることが求められる現実がある。</p> <p>・そこで、本講義が目指すのは、企業経営に不可欠な会計・ファイナンスについての形式的・表層的な知識ではなく、本質的な理解を深め、数値に基づいた経営の考え方を身につけることである。</p> <p>具体的には、①財務会計分野では財務諸表の見方や分析方法を、②管理会計分野では企業価値を高めるための収支改善策や効率的な投資実施に必要な経営管理の手法や考え方などを、③コーポレート・ファイナンス分野では投資、資金調達、株主還元に関する財務的意思決定手法および企業価値評価の算定に関する基礎的方法の理解が身につくことを念頭に講義を行う。</p>

	<p>・本講義では、なるべくインタラクティブな講義を目指す観点から、基礎的な予習は不可欠である。また、受動的な知識の習得にとどまることがないように、課題、グループワーク、期末レポートなどで現実の企業分析の実践を通じて自発的に向き合うことで必要な知識や考え方を身に付けていく。</p>
授業計画	<p>第1回 概論 企業経営と企業価値評価（日本的経営の課題（国際比較で見た特徴、グローバル投資家が求める視点））</p> <p>第2回 財務会計(1) 財務会計の基礎①（企業活動と財務会計）</p> <p>第3回 財務会計(2) 財務会計の基礎②（財務諸表（貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書、株主資本変動計算書））</p> <p>第4回 財務会計(3) 財務諸表による経営分析①（経営分析の視点と分析手法）</p> <p>第5回 財務会計(4) 財務諸表による経営分析②（財務指標分析）</p> <p>第6回 管理会計(1) 管理会計の基礎</p> <p>第7回 管理会計(2) 業績管理（損益分岐点分析、変動計算書の作成と活用）</p> <p>第8回 管理会計(3) 意思決定（原価管理の基本、戦術的・戦略的手法）</p> <p>第9回 財務会計・管理会計 グループワーク①（ケーススタディ&ディスカッション）</p> <p>第10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11回 コーポレートファイナンス(2) 企業価値評価①（企業評価の手法、DCF法ほか）</p> <p>第12回 コーポレートファイナンス(3) 企業価値評価②（財務的意思決定（投資、資金調達、株主還元））</p> <p>第13回 コーポレートファイナンス(4) グループワーク②（ケーススタディ&ディスカッション）</p> <p>第14回 全体まとめ</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</p> <p>銀行業務（(株)日本政策投資銀行（1987年4月～2017年6月）で主に企業融資・審査業務を経験）を通じて、企業・財務分析の豊富な経験をもとに、実務・理論の両面から会計・ファイナンスの知識がどう使われるのかを実例を交えてわかりやすく解説します。また、企業経営に関わる異なるステークホルダー（企業経営者と債権者、投資家）によって、企業の見方・考え方はどのように異なるのか、なぜそのような目線の違いが起きるのか等について、経験を基に様々な視点から実例で解説します。</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>
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 20%</p> <p>■授業内での挙手発言 10%</p>

	<p>■グループワーク 30%</p> <p>■最終レポート 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>【成績評価の基準】</p> <p>課題レポート 10%：財務会計、管理会計、コーポレート・ファイナンスの各テーマ別に基礎力の理解度を確保するため個人課題の提出を求め、その内容を評価する。</p> <p>授業内での挙手発言等の貢献度等 20%：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 30%：基礎力の理解に基づいて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>最終レポート 40%：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、などから各自の理解度を評価する。</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> <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、Cplus 等でフィードバックを行う</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 <p>■日本語 □英語 □（その他）</p>
<p>テキスト・参考文献等</p>	<p><テキスト></p> <p>■事前の予習用に必要な図書</p> <p>毎回レジュメを配布する。講義の理解度を高めるため、講義前までに購入し事前に理解すべき図書として、以下の3冊の購読を推奨する。それ以外の参考図書については初回講義時に指示する。</p> <p>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：9784478105573、國貞克則『書いてマスター！財務3表実践ドリル』、日本経済新聞出版社、2010年、ISBN:9784532316778</p> <p>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：9784334033972</p> <p>■講義受講中の参照・復習用に必要な図書</p> <p>奈良沙織『企業評価論入門』、中央経済社、2019年、ISBN：9784502299612</p> <p>千賀秀信『管理会計の基本ーこの1冊ですべてわかる』、日本実業出版社、2011年、ISBN：9784534048455</p> <p><参考図書></p> <p>カバーする範囲が多いため、各回の講義内容に対応する参考文献を以下の通り、レベル別、テーマ別に提示する。</p> <p>■入門編</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・財務会計分野 國貞勝則『【新版】財務3表図解分析法』、朝日新書 ・ファイナンス分野 中野誠『戦略的コーポレート・ファイナンス』、日本経済新聞出版社、2016年、ISBN：9784532113612 砂川信幸『コーポレート・ファイナンス入門(第2版)』、日本経済新聞出版社、2017年、ISBN：9784532113681 田中慎一・保田隆明『会計&ファイナンス入門講座』、ダイヤモンド社、2013年、ISBN：9784478022108 ■応用編 ・財務会計分野 伊藤邦雄『新・現代会計入門 第6版』、日本経済新聞出版社、2024年、ISBN：9784296120048 桜井久勝『財務諸表分析 第9版』、中央経済社、2024年、ISBN：9784502489914 ・ファイナンス分野 伊藤邦雄『企業価値経営 第2版』、日本経済新聞社、2023年、ISBN：9784296117802
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、「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。 ■課題・宿題の課題テーマの提示について 講義ごとに締切1週間前までに課題(予習)を提示する。 ■準備学習について ・初学者が多いため、予習よりも復習にウェイトを置く方が望ましい。 ・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。 ・講義内容は、受講者の理解度・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	企業会計とファイナンスの基礎 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1401
担当者	石崎 篤史
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>現代企業においては、会計・ファイナンスの考え方が企業活動に従事する誰にとっても不可欠なリテラシーである。そこで、本講義では、チェンジリーダーを目指すミドルマネージャーにとって不可欠な会計・ファイナンス全般に関する基礎知識及びその考え方を習得する。中でも、最も重要な考え方として「企業価値経営」の概念を身に着ける。</p> <p>■到達目標</p> <p>「企業価値経営」を実践するために必要な意思決定として、以下の会計・ファイナンスの基礎的な知識を体系的に習得し理解するとともに、それらの判断基準を理解し、自分の力（頭）で活用できるようになること。</p> <p>・財務3表のつながりを理解し、各企業活動の結果創出された利益がどのように財務諸表に記載されるのかを理解する。</p> <p>・財務3表から、財務分析（安全性分析、効率性分析、収益性分析、成長性分析）を行い総合的評価ができる。</p> <p>・原価計算、損益分岐点分析の考え方を理解し、変動損益計算書の作成ができる。</p> <p>・資本コストを重視した ROIC 経営とは何かを理解する。</p> <p>・企業価値経営に必要な財務的意思決定とは何かを理解し、各決定内容（投資、資金調達、株主還元）の考え方を理解する。</p> <p>■この科目では7つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す</p> <p>◎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、6:ネットワークング力、7:コンプライアンス力</p>
概要	<p>・受講者の多くは、会計・ファイナンスについてほとんど学習した経験がない、いわゆる初学者であるため、初学者向けに分かりやすくポイントを絞った講義を行う。</p> <p>・本講義のポイントは次の現状課題を克服することにある。すなわち、多くの受講生にとって会計・ファイナンス分野は馴染みがない、取っつきにくい分野であるのが現状である一方で、ミドルクラス以上のマネージャーが直面する現場では、経営者や投資家が行う、「会計・ファイナンス分野を基にした様々な意思決定や考え方」を理解し対応すること、経営層に提案できることが求められる現実がある。</p> <p>・そこで、本講義が目指すのは、企業経営に不可欠な会計・ファイナンスについての形式的・表層的な知識ではなく、本質的な理解を深め、数値に基づいた経営の考え方を身につけることである。</p> <p>具体的には、①財務会計分野では財務諸表の見方や分析方法を、②管理会計分野では企業価値を高めるための収支改善策や効率的な投資実施に必要な経営管理の手法や考え方などを、③コーポレート・ファイナンス分野では投資、資金調達、株主還元に関する財務的意思決定手法および企業価値評価の算定に関する基礎的方法の理解が身につくことを念頭に講義を行う。</p>

	<p>・本講義では、なるべくインタラクティブな講義を目指す観点から、基礎的な予習は不可欠である。また、受動的な知識の習得にとどまることがないように、課題、グループワーク、期末レポートなどで現実の企業分析の実践を通じて自発的に向き合うことで必要な知識や考え方を身に付けていく。</p>
<p>授業計画</p>	<p>第1回 概論 企業経営と企業価値評価（日本的経営の課題（国際比較で見た特徴、グローバル投資家が求める視点））</p> <p>第2回 財務会計(1) 財務会計の基礎①（企業活動と財務会計）</p> <p>第3回 財務会計(2) 財務会計の基礎②（財務諸表（貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書、株主資本変動計算書））</p> <p>第4回 財務会計(3) 財務諸表による経営分析①（経営分析の視点と分析手法）</p> <p>第5回 財務会計(4) 財務諸表による経営分析②（財務指標分析）</p> <p>第6回 管理会計(1) 管理会計の基礎</p> <p>第7回 管理会計(2) 業績管理（損益分岐点分析、変動計算書の作成と活用）</p> <p>第8回 管理会計(3) 意思決定（原価管理の基本、戦術的・戦略的手法）</p> <p>第9回 財務会計・管理会計 グループワーク①（ケーススタディ&ディスカッション）</p> <p>第10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11回 コーポレートファイナンス(2) 企業価値評価①（企業評価の手法、DCF法ほか）</p> <p>第12回 コーポレートファイナンス(3) 企業価値評価②（財務的意思決定（投資、資金調達、株主還元））</p> <p>第13回 コーポレートファイナンス(4) グループワーク②（ケーススタディ&ディスカッション）</p> <p>第14回 全体まとめ</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</p> <p>銀行業務（(株)日本政策投資銀行（1987年4月～2017年6月）で主に企業融資・審査業務を経験）を通じて、企業・財務分析の豊富な経験をもとに、実務・理論の両面から会計・ファイナンスの知識がどう使われるのかを実例を交えてわかりやすく解説します。また、企業経営に関わる異なるステークホルダー（企業経営者と債権者、投資家）によって、企業の見方・考え方はどのように異なるのか、なぜそのような目線の違いが起きるのか等について、経験を基に様々な視点から実例で解説します。</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>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 20%</p> <p>■授業内での挙手発言 10%</p>

	<p>■グループワーク 30%</p> <p>■最終レポート 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>【成績評価の基準】</p> <p>課題レポート 10%：財務会計、管理会計、コーポレート・ファイナンスの各テーマ別に基礎力の理解度を確認するため個人課題の提出を求め、その内容を評価する。</p> <p>授業内での挙手発言等の貢献度等 20%：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 30%：基礎力の理解に基づいて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>最終レポート 40%：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、などから各自の理解度を評価する。</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> <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、Cplus 等でフィードバックを行う</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 <p>■日本語 □英語 □（その他）</p>
<p>テキスト・参考文献等</p>	<p><テキスト></p> <p>■事前の予習用に必要な図書</p> <p>毎回レジュメを配布する。講義の理解度を高めるため、講義前までに購入し事前に理解すべき図書として、以下の 3 冊の購読を推奨する。それ以外の参考図書については初回講義時に指示する。</p> <p>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：9784478105573、國貞克則『書いてマスター！財務 3 表実践ドリル』、日本経済新聞出版社、2010 年、ISBN:9784532316778</p> <p>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：9784334033972</p> <p>■講義受講中の参照・復習用に必要な図書</p> <p>奈良沙織『企業評価論入門』、中央経済社、2019 年、ISBN：9784502299612</p> <p>千賀秀信『管理会計の基本ーこの 1 冊ですべてわかる』、日本実業出版社、2011 年、ISBN：9784534048455</p> <p><参考図書></p> <p>カバーする範囲が多いため、各回の講義内容に対応する参考文献を以下の通り、レベル別、テーマ別に提示する。</p> <p>■入門編</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・財務会計分野 國貞勝則『【新版】財務3表図解分析法』、朝日新書 ・ファイナンス分野 中野誠『戦略的コーポレート・ファイナンス』、日本経済新聞出版社、2016年、ISBN：9784532113612 砂川信幸『コーポレート・ファイナンス入門(第2版)』、日本経済新聞出版社、2017年、ISBN：9784532113681 田中慎一・保田隆明『会計&ファイナンス入門講座』、ダイヤモンド社、2013年、ISBN：9784478022108 ■応用編 <ul style="list-style-type: none"> ・財務会計分野 伊藤邦雄『新・現代会計入門 第6版』、日本経済新聞出版社、2024年、ISBN：9784296120048 桜井久勝『財務諸表分析 第9版』、中央経済社、2024年、ISBN：9784502489914 ・ファイナンス分野 伊藤邦雄『企業価値経営 第2版』、日本経済新聞社、2023年、ISBN：9784296117802
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ■教材配布の方法について <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。 ■課題・宿題の課題テーマの提示について <ul style="list-style-type: none"> 講義ごとに締切1週間前までに課題(予習)を提示する。 ■準備学習について <ul style="list-style-type: none"> ・初学者が多いため、予習よりも復習にウェイトを置く方が望ましい。 ・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。 ・講義内容は、受講者の理解度・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 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1501
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	<p>科目の目的：企業経営を行うにあたり知っておくべき法の仕組みと法の使い方の基本を理解する。</p> <p>到達目標：企業経営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。</p> <p>この科目では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、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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。</p>
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</p> <p>第2回 企業経営法務総論(2):経営法務の機能、組織</p> <p>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</p> <p>第4回 企業取引と法制度(2):商取引法の基礎を学ぶ</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>第7回 企業組織再編と法(1):組織再編の背景と手法</p> <p>第8回 企業組織再編と法(2):組織再編手法(続き)</p> <p>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</p> <p>第10回 企業戦略とファイナンス法務(2):実践例を中心に</p> <p>第11回 知財戦略と法(1):知財法制の基本</p> <p>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)</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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・政策調査、立法担当を経験しており、現在も上場企業の社外取締役でもある。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る。全員ともに、企業経営と法との関連性を熟知しており、実際のケースに対応した内容を講義を展開する予定。</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 □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 % ■課題レポート（以下参照） 90 % <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、担当回で取り上げた内容を含む事案問題への回答を通じて、講義を通じて得た知識が正しく理解され、活用できているかと評価する。それぞれの評価を合算して総合評価を出す。</p> <p>合計 100%</p> <p>担当する講義内容によってはグループワーク＋プレゼンテーションをしてもらうこともあるかもしれない。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ははっきりするので、レポート内容は相当重視される。</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 ■必要に応じ、授業時間に限らず、Cplus 等でフィードバックを行う <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
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）等を参照してもらお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	<ul style="list-style-type: none"> ・教材配布の方法について ・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。 ・準備学習ならびに課題テーマの提示について <p>初回のイントロ部分を除き、準備学習として毎回講義前に 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。それぞれの回の課題テーマについてはそのレジュメ内で提示される。（上記参考文献の該当部分も適宜紹介する。）</p>

科目名	経営法務概論 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-1501
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	<p>科目の目的：企業経営を行うにあたり知っておくべき法の仕組みと法の使い方の基本を理解する。</p> <p>到達目標：企業経営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。</p> <p>この科目では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、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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、コーポレートガバナンス、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。</p>
授業計画	<p>岡・遠藤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</p> <p>第2回 企業経営法務総論(2):経営法務の機能、組織</p> <p>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</p> <p>第4回 企業取引と法制度(2):商取引法の基礎を学ぶ</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>第7回 企業組織再編と法(1):組織再編の背景と手法</p> <p>第8回 企業組織再編と法(2):組織再編手法(続き)</p> <p>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</p> <p>第10回 企業戦略とファイナンス法務(2):実践例を中心に</p> <p>第11回 知財戦略と法(1):知財法制の基本</p> <p>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)</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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・政策調査・立法担当を経験しており、現在も上場企業の社外取締役でもある。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る。全員ともに、企業経営と法の関連性に熟知しており、実際のケースに対応した講義を展開する予定。</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 □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 % ■課題レポート（以下参照） 90 % <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、担当回で取り上げた内容を含む事案問題への回答を通じて、講義を通じて得た知識が正しく理解され、活用できているかと評価する。それぞれの評価を合算して総合評価を出す。</p> <p>合計 100%</p> <p>担当する講義内容によってはグループワーク＋プレゼンテーションをしてもらうこともあるかもしれない。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ははっきりするので、レポート内容は相当重視される。</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 ■必要に応じ、授業時間に限らず、Cplus 等でフィードバックを行う <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
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）等を参照してもらお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	<ul style="list-style-type: none"> ・教材配布の方法について ・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。 ・準備学習ならびに課題テーマの提示について <p>初回のイントロ部分を除き、準備学習として毎回講義前に 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。それぞれの回の課題テーマについてはそのレジュメ内で提示される。（上記参考文献の該当部分も適宜紹介する。）</p>

科目名	アントレプレナーシップとビジネスプランニング 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2001
担当者	新藤 晴臣、宮永 雅好
履修条件	「経営戦略論」を履修済みあるいは履修中であること。原則として第3セメスターの履修となる。
科目の目的・到達目標	<p>(科目の目的)</p> <p>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>(到達目標)</p> <p>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。 <p>この科目では7つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す</p> <p>◎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、◎6：ネットワークング力、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	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。
授業計画	<p>第1回 アントレプレナーと経営チーム</p> <p>第2回 アントレプレナーシップの理論フレーム</p> <p>第3回 経営チーム/事業コンセプト構築/起業機会の説明</p> <p>第4回 産業分析</p> <p>第5回 産業分析・ミニ報告</p> <p>第6回 競合分析</p> <p>第7回 競合分析・ミニ報告</p> <p>第8回 マーケティング戦略</p> <p>第9回 マーケティング戦略・ミニ報告</p> <p>第10回 損益シミュレーション</p> <p>第11回 損益シミュレーション・ミニ報告</p> <p>第12回 まとめ(1)：整合性の確認</p> <p>第13回 まとめ(2)：プレゼンテーション準備</p>

	<p>第 14 回 ビジネスプラン発表</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、□その他（ ） ・(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	<p>成績評価の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■グループワーク 50% ■プレゼンテーション 50% <p>合計 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の基準 ・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。 ・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。 ・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 ・授業で使用する言語 <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
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> <p>参考文献は適宜紹介する。</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"> ・テキスト以外の配布資料は、C plus で配布を行う。 <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"> ・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>準備学習について</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。 ・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。

科目名	アントレプレナーシップとビジネスプランニング 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2001
担当者	新藤 晴臣、宮永 雅好
履修条件	「経営戦略論」を履修済みあるいは履修中であること。原則として第3セメスターの履修となる。
科目の目的・到達目標	<p>(科目の目的)</p> <p>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>(到達目標)</p> <p>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。 <p>この科目では7つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す</p> <p>◎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、◎6：ネットワークング力、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	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。
授業計画	<p>第1回 アントレプレナーと経営チーム</p> <p>第2回 アントレプレナーシップの理論フレーム</p> <p>第3回 経営チーム／事業コンセプト構築／起業機会の説明</p> <p>第4回 産業分析</p> <p>第5回 産業分析・ミニ報告</p> <p>第6回 競合分析</p> <p>第7回 競合分析・ミニ報告</p> <p>第8回 マーケティング戦略</p> <p>第9回 マーケティング戦略・ミニ報告</p> <p>第10回 損益シミュレーション</p> <p>第11回 損益シミュレーション・ミニ報告</p> <p>第12回 まとめ(1)：整合性の確認</p> <p>第13回 まとめ(2)：プレゼンテーション準備</p>

	<p>第 14 回 ビジネスプラン発表</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、□その他（ ） ・(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	<p>成績評価の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■グループワーク 50% ■プレゼンテーション 50% <p>合計 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の基準 ・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。 ・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。 ・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 ・授業で使用する言語 <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
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> <p>参考文献は適宜紹介する。</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"> ・テキスト以外の配布資料は、C plus で配布を行う。 <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"> ・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>準備学習について</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。 ・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。

科目名	ビジネスモデル戦略論 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2111
担当者	新藤 晴臣
履修条件	「経営戦略論」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	<p>(科目の目的) 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。</p> <p>(到達目標) 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。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、○5：資源動員力、○6：ネットワーキング力、○7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>ビジネスモデルは、事業コンセプト（＝事業ドメイン）を包括的に示した事業の仕組であり、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。</p> <p>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。</p>
授業計画	<p>第1回 ビジネスモデルとは何か</p> <p>第2回 ビジネスモデル・キャンバスとは何か</p> <p>第3回 対象企業とチームの決定</p> <p>第4回 顧客に提供する価値</p> <p>第5回 顧客に提供する価値・ミニ発表</p> <p>第6回 自社及びパートナーの活動と資源</p> <p>第7回 自社及びパートナーの活動と資源・ミニ発表</p> <p>第8回 既存のビジネスモデルの評価</p> <p>第9回 既存のビジネスモデルの評価結果・ミニ報告</p> <p>第10回 新たなビジネスモデルの方向性</p> <p>第11回 新たなビジネスモデルの方向性・ミニ報告</p> <p>第12回 まとめ(1)：全体像の確認</p> <p>第13回 まとめ(2)：プレゼンテーション準備</p> <p>第14回 ビジネスモデル・キャンバス発表</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	<p>成績評価の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■グループワーク 50% ■プレゼンテーション 50% <p>合計 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の基準 ・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モデルを作成する際の、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。 ・プレゼンテーション：作成されたビジネスモデルについて、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、現状のビジネスモデルの分析、新たなビジネスプランの提案、表現力により構成される。 ・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、Cplus 等でフィードバックを行う ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <p>参考文献：</p> <p>Osterwalder, A. & Pigneur, Y. Business Model Generation（邦訳：『ビジネスモデル・ジェネレーション』翔泳社）</p> <p>Kim, W.C. & Mauborge, R. (2017) Blue Ocean Shift（邦訳：『ブルー・オーシャン・シフト』ダイヤモンド社）</p> <p>Christensen, C. M. (2016) Competing against Luck（邦訳：『ジョブ理論』ハーパーコリンズジャパン）</p> <p>安岡寛道・富樫佳織・伊藤智久・小片隆久(2024)『ビジネスフレームワークの教科書』SBクリエイティブ</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。

<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。 <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">・課題の提示は原則として1週間前に行う。提出・発表方法については、都度指示する。 <p><準備学習について></p> <p>最終発表に至る過程の分析や提案を、毎回グループで課題レポートとして提出することが求められるので、協力して取り組むこと。</p>

科目名	ビジネスモデル戦略論 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2111
担当者	犬飼 知徳
履修条件	「経営戦略論」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	<p>(科目の目的) 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。</p> <p>(到達目標) 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。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、○5：資源動員力、○6：ネットワーキング力、○7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>ビジネスモデルは、事業コンセプト（＝事業ドメイン）を包括的に示した事業の仕組であり、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。</p> <p>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。</p>
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 顧客に提供する価値・ミニ発表 第6回 自社及びパートナーの活動と資源 第7回 自社及びパートナーの活動と資源・ミニ発表 第8回 既存のビジネスモデルの評価 第9回 既存のビジネスモデルの評価結果・ミニ報告 第10回 新たなビジネスモデルの方向性 第11回 新たなビジネスモデルの方向性・ミニ報告 第12回 まとめ(1)：全体像の確認 第13回 まとめ(2)：プレゼンテーション準備 第14回 ビジネスモデル・キャンバス発表

	<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	<p>成績評価の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■グループワーク 50% ■プレゼンテーション 50% <p>合計 100%</p> <p>・成績評価の基準</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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モデルを作成する際の、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。 ・プレゼンテーション：作成されたビジネスモデルについて、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、現状のビジネスモデルの分析、新たなビジネスプランの提案、表現力により構成される。 <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、Cplus 等でフィードバックを行う <p>・授業で使用する言語</p> <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <p>参考文献：</p> <p>Osterwalder, A. & Pigneur, Y. Business Model Generation（邦訳：『ビジネスモデル・ジェネレーション』翔泳社）</p> <p>Christensen, C. M. (2016) Competing against Luck（邦訳：『ジョブ理論』ハーパーコリンズジャパン）</p> <p>Adner, R. (2012) The Wide Lens, Penguin Group.（邦訳『ワイドレンズ』東洋経済新報社）</p> <p>犬飼知徳（2024）『グラフィック経営戦略論』新世社</p> <p>川上昌直『課金ポイントを変える利益モデルの方程式』かんき出版</p> <p>など、授業中に適宜紹介する。</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。

<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。 <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">・課題の提示は原則として1週間前に行う。提出・発表方法については、都度指示する。 <p><準備学習について></p> <p>最終発表に至る過程の分析や提案を、毎回グループで課題レポートとして提出することが求められるので、協力して取り組むこと。</p>

科目名	戦略と組織【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2112
担当者	露木 恵美子
履修条件	「経営戦略論」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	<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> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、○4:巻き込み力、○5:資源動員力、○6:ネットワーキング力、△7:コンプライアンス力</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	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 第1回から第12回までの講義の復習

	<p>第 14 回 最終レポート作成のための全体討議</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>	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 30% ■グループワーク・授業時のディスカッションでの発言 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。 <評価基準> 最終レポート 50% （1）ファイブスターモデルに沿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 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 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）担当箇所の要点が適切に押さえたレポートになっているか （3）個人の意見が十分に反映されているか ・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 Cplus でフィードバックを行う ・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>	<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</p>

	<p>『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 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</p>
<p>特記事項</p>	<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」で授業の当日朝までに配布する。</p> <p>(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。</p> <p>(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。 ・初回授業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。</p>

科目名	戦略と組織 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2112
担当者	犬飼 知徳
履修条件	「経営戦略論」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	<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。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> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○4：巻き込み力、○5：資源動員力、○6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力</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 イントロダクション：組織と戦略のダイナミックインタラクション</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)：リフレクションとラップアップ</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、□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>*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。</p>										
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法</p> <table border="0"> <tr> <td>■課題レポート</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>■グループワーク</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td>■プレゼンテーション</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>■最終レポート</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>100%</td> </tr> </table> <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：事前のアサインメントについて要約し、課題に適切に答えられているか。</p> <p>・グループワーク：①積極的に議論に参加し、グループ全体の意見集約に貢献しているか。②全講義中に少なくとも1回はグループを代表して発表しているか。</p> <p>・プレゼンテーション：①問題設定と主張が明確か、②講義中に説明した考え方がプレゼンテーションに反映されているか、③エビデンスを適切に用いて論理的に説得力のある議論が展開されているか。④シートの構成や話し方などのプレゼンテーションのスキルが適切か。</p> <p>・最終レポート：①問題設定と主張が明確か、②講義中に説明した考え方がレポートに反映されているか。③エビデンスを適切に用いて論理的に説得力のある議論が展開されているか。④アカデミックライティングの作法に則って作成されているか。</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>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</p>	■課題レポート	20%	■グループワーク	35%	■プレゼンテーション	25%	■最終レポート	20%	合計	100%
■課題レポート	20%										
■グループワーク	35%										
■プレゼンテーション	25%										
■最終レポート	20%										
合計	100%										
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：沼上幹（2004）『組織デザイン』日経文庫。 犬飼知徳(2024)『グラフィック経営戦略論』新生社。</p> <p>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。</p> <p>その他、使用文献やケースは、講義初回で指示する。</p>										
特記事項	<p>(1) 教材配布の方法について</p> <p>・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。</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。・初回の授業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。 <ul style="list-style-type: none">・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 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2113
担当者	遠山 亮子
履修条件	「経営戦略論」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：知識を創造し活用する組織プロセスについて理解する。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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。</p>
授業計画	<p>第1回 序説：知識とは何か 第2回 暗黙知と形式知、SECIモデル 第3回 知識創造のプロセス：共同化と表出化 第4回 知識創造のプロセス：連結化と内面化 第5回 組織的知識創造のモデル：ビジョン、駆動目標、場 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 第7回 ケース・セブンーイレブン・ジャパン 第8回 特別講義・セブンーイレブン・ジャパン 第9回 ケース・エーザイ 第10回 特別講義・エーザイ 第11回 ケース・トヨタプリウス 第12回 知識創造のリーダーシップ 第13回 実践知のリーダーシップ 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。 ※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 ■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>

	<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>最終レポート：講義で学んだ理論やフレームワークが正しく使用され、対象企業の知識創造プロセスが分析されているか（現状理解力・問題発見力）。分析に深みと具体性はあるか。分析が何らかのアクションの提言に繋がっているか（想像力、問題解決力）。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。分析に深みや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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 授業で使用する言語 ■ 日本語
テキスト・ 参考文献等	<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>
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。 ・ 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。提示する課題に必ず取り組むこと。

科目名	知識創造戦略論 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2113
担当者	遠山 亮子
履修条件	「経営戦略論」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：知識を創造し活用する組織プロセスについて理解する。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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。</p>
授業計画	<p>第1回 序説：知識とは何か 第2回 暗黙知と形式知、SECIモデル 第3回 知識創造のプロセス：共同化と表出化 第4回 知識創造のプロセス：連結化と内面化 第5回 組織的知識創造のモデル：ビジョン、駆動目標、場 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 第7回 ケース・セブンーイレブン・ジャパン 第8回 特別講義・セブンーイレブン・ジャパン 第9回 ケース・エーザイ 第10回 特別講義・エーザイ 第11回 ケース・トヨタプリウス 第12回 知識創造のリーダーシップ 第13回 実践知のリーダーシップ 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 ※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。</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</p>

	<p>■土日対面授業実施</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>■グループワーク 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：講義で学んだ理論やフレームワークが正しく使用され、対象企業の知識創造プロセスが分析されているか（現状理解力・問題発見力）。分析に深みと具体性はあるか。分析が何らかのアクションの提言に繋がっているか（想像力、問題解決力）。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。分析に深みやオリジナリティはあるか。</p> <p>・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</p> <p>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</p>
テキスト・参考文献等	<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>
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。 ・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> <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。提示する課題に必ず取り組むこと。</p>

科目名	消費者行動論 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2211
担当者	阿部 誠
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	<p>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、行動経済学と消費者行動学の観点から考察し、ビジネスの事例と関連付けながら理解する。</p> <p>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。理論で学んだことを、具体的な企業に当てはめて考え、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を分析し、改善案を提示することを最終目標とする。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○4：巻き込み力</p>
概要	<p>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の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、特に行動経済学の観点から理解することを目指す。</p>
授業計画	<p>第1回 イントロダクション：行動経済学、マーケティング、消費者行動</p> <p>第2回 あなたは超合理的にはふるまわない</p> <p>第3回 あなたは超自制的にはふるまわない</p> <p>第4回 あなたは超利己的にはふるまわない</p> <p>第5回 ヒューリスティック</p> <p>第6回 バイアス</p> <p>第7回 情報処理のメカニズム</p> <p>第8回 意思決定のメカニズム</p> <p>第9回 非自制的行動のメカニズム</p> <p>第10回 社会的選好</p> <p>第11回 ナッジ</p> <p>第12回 グローバル企業のマーケティングへの応用</p> <p>第13回 金融への応用</p> <p>第14回 経営・自己実現への応用</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> <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><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>・グループワーク・プレゼンテーション A (消費者行動学) : 40%</p> <p>評価基準: 行動経済学に関する課題に対して、具体例を用いて論理性と分析力のある説明ができるか</p> <p>・グループワーク・プレゼンテーション B (行動経済学) : 40%</p> <p>評価基準: 消費者行動学に関する課題に対して、具体例を用いて論理性と分析力のある説明ができるか</p> <p>・期末試験 : 20%</p> <p>概念・理論の理解とビジネスへの応用力合計 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 (定期試験やレポート等) に対するフィードバックの方法></p> <p>■授業時間に限らず、個別にフィードバックを行う</p> <p><授業で使用する言語></p> <p>■日本語 <input type="checkbox"/>英語 <input type="checkbox"/> (その他)</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>『大学4年間の行動経済学を10時間でざっと学べる』 阿部誠 (著)、KADOKAWA</p> <p>『消費者行動論 マーケティングとブランド構築への応用』 青木幸弘・新倉貴士・佐々木壮太郎・松下光司、有斐閣</p> <p>『消費者行動論』 田中洋、中央経済社</p> <p>『東大教授が教えるヤバいマーケティング』 阿部誠、KADOKAWA</p> <p>『サクッとわかる ビジネス教養: 行動経済学』 阿部誠 (監修)、新星出版社</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><ディスカッションについて></p> <p>・課題は、授業日前日までにポータルに提出すること。</p> <p><プレゼンテーションについて></p> <p>・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。</p>

科目名	消費者行動論 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2211
担当者	阿部 誠
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	<p>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、行動経済学と消費者行動学の観点から考察し、ビジネスの事例と関連付けながら理解する。</p> <p>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。理論で学んだことを、具体的な企業に当てはめて考え、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を分析し、改善案を提示することを最終目標とする。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○4：巻き込み力</p>
概要	<p>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、特に行動経済学の観点から理解することを目指す。</p>
授業計画	<p>第1回 インTRODクシヨN：行動経済学、マーケティング、消費者行動</p> <p>第2回 あなたは超合理的にはふるまわない</p> <p>第3回 あなたは超自制的にはふるまわない</p> <p>第4回 あなたは超利己的にはふるまわない</p> <p>第5回 ヒューリスティック</p> <p>第6回 バイアス</p> <p>第7回 情報処理のメカニズム</p> <p>第8回 意思決定のメカニズム</p> <p>第9回 非自制的行動のメカニズム</p> <p>第10回 社会的選好</p> <p>第11回 ナッジ</p> <p>第12回 マーケティングへの応用</p> <p>第13回 金融への応用</p> <p>第14回 経営・自己実現への応用</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> <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><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	<p><成績評価の方法></p> <p>・グループワーク・プレゼンテーション A (消費者行動学)：40%</p> <p>評価基準：行動経済学に関する課題に対して、具体例を用いて論理性と分析力のある説明ができるか</p> <p>・グループワーク・プレゼンテーション B (行動経済学)：40%</p> <p>評価基準：消費者行動学に関する課題に対して、具体例を用いて論理性と分析力のある説明ができるか</p> <p>・期末試験：20%</p> <p>概念・理論の理解とビジネスへの応用力合計 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（定期試験やレポート等）に対するフィードバックの方法></p> <p>■授業時間に限らず、個別にフィードバックを行う</p> <p><授業で使用する言語></p> <p>■日本語 <input type="checkbox"/>英語 <input type="checkbox"/>（その他）</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>『大学4年間の行動経済学を10時間でざっと学べる』 阿部誠（著）、KADOKAWA</p> <p>『消費者行動論 マーケティングとブランド構築への応用』 青木幸弘・新倉貴士・佐々木壮太郎・松下光司、有斐閣</p> <p>『消費者行動論』 田中洋、中央経済社</p> <p>『東大教授が教えるヤバいマーケティング』 阿部誠、KADOKAWA</p> <p>『サクッとわかる ビジネス教養：行動経済学』 阿部誠（監修）、新星出版社</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><ディスカッションについて></p> <p>・課題は、授業日前日までにポータルに提出すること。</p> <p><プレゼンテーションについて></p> <p>・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。</p>

科目名	デジタル時代のマーケティング戦略【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2212
担当者	金 雲鎬
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	<p>科目の目的：この授業では、①デジタル技術の活用によってどのようなマーケティング課題が、いかに解決されるか、②デジタル技術の活用によって新たに発生する課題は何か、③デジタル技術をいかにビジネス現場で効率よく有効的に活用するか、の3点についてインサイトを得ることを目的とする。</p> <p>到達目標：デジタルマーケティングに関するさまざまな理論の習得を通じて、戦略的に経営する力を身につけると同時に、現場で迷う時に判断の軸になる視点を提供することを目標とする。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、4：巻き込み力、5：資源動員力、○6：ネットワーキング力、7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>デジタル時代におけるマーケティング戦略を立案するためのさまざまなインサイトを得ることを目的とする。授業では、デジタルマーケティングを捉えるための分析枠組みを紹介する。授業は、講義の形式に加え、ケーススタディーを行ったり、グループによりディスカッションや発表を行う。</p>
授業計画	<p>【第1部 デジタルマーケティングをいかにとらえるか】</p> <p>第1回 デジタル時代におけるマーケティング戦略を見る観点：枠組みの紹介</p> <p>第2回 デジタル海における2つの潮流と分析枠組み</p> <p>【第2部】 コミュニケーションの多様化とデジタルマーケティング</p> <p>第3回 消費者コミュニケーションの多様化①</p> <p>第4回 消費者コミュニケーションの多様化②</p> <p>第5回 企業間関係とコミュニケーションの多様化①</p> <p>第6回 企業間関係とコミュニケーションの多様化②</p> <p>【第3部】 デジタル時代における分化と統合</p> <p>第7回 リアル市場とネット市場の違い</p> <p>第8回 デジタル時代におけるビジネスモデル</p> <p>第9回 デジタル時代における物流戦略</p> <p>第10回 デジタル時代における営業戦略</p> <p>【第4部】 コミュニケーション多様化×分化と統合×α</p> <p>第11回 デジタル時代における顧客戦略① カスタマージャーニー</p> <p>第12回 デジタル時代における顧客戦略② オムニチャネル戦略</p> <p>第13回 デジタルとマーケティング能力 *求められる能力、高まる能力、下がる能力</p> <p>第14回 グローバル企業のデジタルマーケティング戦略、デジタル時代におけるビジネスチャンスの見つけ方</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>■平日夜間オンライン授業：ZOOM *前期・後半（M2）期間には、金曜日の6・7時限にオンライン授業を実施する</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>評価基準：最終課題の完成度、全体を通じた授業の理解度を基準とする。</p> <p>■グループワーク 20%</p> <p>評価基準：グループワークへの貢献と、グループ成果の質を評価する。</p> <p>■授業内での挙手発言 10%</p> <p>評価基準：授業参加度および積極性を評価する。</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</p> <p>■授業時間に限らず、ポータルまたは個別にフィードバックを行う</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：各授業時に資料をポータルによって配布する、参考文献：適時紹介する</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>予習について</p> <p>・授業の最後に案内する次回授業内容について、問題意識を深めてから講義に出席すること。</p>

科目名	デジタル時代のマーケティング戦略【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2212
担当者	金 雲鎬
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	<p>科目の目的：この授業では、①デジタル技術の活用によってどのようなマーケティング課題が、いかに解決されるか、②デジタル技術の活用によって新たに発生する課題は何か、③デジタル技術をいかにビジネス現場で効率よく有効的に活用するか、の3点についてインサイトを得ることを目的とする。</p> <p>到達目標：デジタルマーケティングに関するさまざまな理論の習得を通じて、戦略的に経営する力を身につけると同時に、現場で迷う時に判断の軸になる視点を提供することを目標とする。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、4：巻き込み力、5：資源動員力、○6：ネットワーキング力、7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>デジタル時代におけるマーケティング戦略を立案するためのさまざまなインサイトを得ることを目的とする。授業では、デジタルマーケティングを捉えるための分析枠組みを紹介する。授業は、講義の形式に加え、ケーススタディーを行ったり、グループによりディスカッションや発表を行う。</p>
授業計画	<p>【第1部 デジタルマーケティングをいかにとらえるか】</p> <p>第1回 デジタル時代におけるマーケティング戦略を見る観点：枠組みの紹介</p> <p>第2回 デジタル海における2つの潮流と分析枠組み</p> <p>【第2部】 コミュニケーションの多様化とデジタルマーケティング</p> <p>第3回 消費者コミュニケーションの多様化①</p> <p>第4回 消費者コミュニケーションの多様化②</p> <p>第5回 企業間関係とコミュニケーションの多様化①</p> <p>第6回 企業間関係とコミュニケーションの多様化②</p> <p>【第3部】 デジタル時代における分化と統合</p> <p>第7回 リアル市場とネット市場の違い</p> <p>第8回 デジタル時代におけるビジネスモデル</p> <p>第9回 デジタル時代における物流戦略</p> <p>第10回 デジタル時代における営業戦略</p> <p>【第4部】 コミュニケーション多様化×分化と統合×α</p> <p>第11回 デジタル時代における顧客戦略① カスタマージャーニー</p> <p>第12回 デジタル時代における顧客戦略② オムニチャネル戦略</p> <p>第13回 デジタルとマーケティング能力 *求められる能力、高まる能力、下がる能力</p> <p>第14回 グローバル企業のデジタルマーケティング戦略、デジタル時代におけるビジネスチャンスの見つけ方</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>■土日対面授業実施 *後期・後半（M4）期間には、土曜日の3・4時限に対面授業を実施する</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>評価基準：最終課題の完成度、全体を通じた授業の理解度を基準とする。</p> <p>■グループワーク 20%</p> <p>評価基準：グループワークへの貢献と、グループ成果の質を評価する。</p> <p>■授業内での挙手発言 10%</p> <p>評価基準：授業参加度および積極性を評価する。</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</p> <p>■授業時間に限らず、ポータルまたは個別にフィードバックを行う</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：各授業時に資料をポータルによって配布する、参考文献：適時紹介する</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>予習について</p> <p>・授業の最後に案内する次回授業内容について、問題意識を深めてから講義に出席すること。</p>

科目名	雇用管理【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2311
担当者	高村 静
履修条件	「人的資源管理論」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	<p><科目の目的> 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> 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、必要な対策を立案できるようになる。</p> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、△4:巻き込み力、◎5:資源動員力、○7:コンプライアンス力</p>
概要	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、そうした理解と作業を踏まえて、自組織の課題の特定と必要な対策を立案する。あわせて、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。
授業計画	<p>第1回 雇用管理の考え方 第2回 雇用管理の基本的機能 第3回 採用・配置 第4回 異動・転勤と能力開発 第5回 選抜・昇進 第6回 管理職の役割・機能 第7回 雇用ポートフォリオ/人材ポートフォリオ 第8回 多様な人材の活用と待遇 第9回 日本の雇用システムの特徴 第10回 海外の雇用システムの特徴 第11回 女性の活躍推進の変遷と現状 第12回 ダイバーシティ・マネジメント 第13回 労働時間の現状と課題 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。</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> <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(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>*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>*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」が描けているか、その内容には妥当性があるかを評価する。</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3回行う予定。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、Cplus等でフィードバックを行う</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □(その他)</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト: なし</p> <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	<ul style="list-style-type: none"> ・次週までの課題・宿題がある場合は、前週の授業内において提示することとする。 ※リーディング課題について：なお、次回授業までに自習すべき文献がある場合には、その前の回の授業の最後に指示をする。合わせて「リーディングのポイント」を提示するので、それに沿って文献の読み取りをするとともに、自身の考えをまとめたうえで授業に出席すること。 準備学習について <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題に取り組んでから授業に出席すること。 ※リーディング課題が出された場合、上記「リーディング課題について」の指示に従って準備をしたうえで授業に出席すること。 ・講義で出た課題については必ず取り組むこと。 ・教材の配布の方法について <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。

科目名	雇用管理【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2311
担当者	高村 静
履修条件	「人的資源管理論」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	<p><科目の目的> 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> 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、必要な対策を立案できるようになる。</p> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、△4:巻き込み力、◎5:資源動員力、○7:コンプライアンス力</p>
概要	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、そうした理解と作業を踏まえて、自組織の課題の特定と必要な対策を立案する。あわせて、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。
授業計画	<p>第1回 雇用管理の考え方 第2回 雇用管理の基本的機能 第3回 採用・配置 第4回 異動・転勤と能力開発 第5回 選抜・昇進 第6回 管理職の役割・機能 第7回 雇用ポートフォリオ/人材ポートフォリオ 第8回 多様な人材の活用と待遇 第9回 日本の雇用システムの特徴 第10回 海外の雇用システムの特徴 第11回 女性の活躍推進の変遷と現状 第12回 ダイバーシティ・マネジメント 第13回 労働時間の現状と課題 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。</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> <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(ペアワーク、エクセルを用いた演習)、□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 20% ■最終レポート 50% ■その他(演習) 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。 ・成績評価基準 <ul style="list-style-type: none"> *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。 *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」が描けているか、その内容には妥当性があるかを評価する。 *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3回行う予定。それへの取組内容による。 ・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。希望に応じて個別に実施する。 □授業時間に限らず、Cplus等でフィードバックを行う ・授業で使用する言語 <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □(その他)
テキスト・参考文献等	<p>テキスト: なし (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 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 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 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	<ul style="list-style-type: none"> ・次週までの課題・宿題がある場合は、前週の授業内において提示することとする。 ※リーディング課題について：なお、次回授業までに自習すべき文献がある場合には、その前の回の授業の最後に指示をする。合わせて「リーディングのポイント」を提示するので、それに沿って文献の読み取りをするとともに、自身の考えをまとめたうえで授業に出席すること。 準備学習について <ul style="list-style-type: none"> ・授業ごとの課題・宿題に取り組んでから授業に出席すること。 ※リーディング課題が出された場合、上記「リーディング課題について」の指示に従って準備をしたうえで授業に出席すること。 ・講義で出た課題については必ず取り組むこと。 ・教材の配布の方法について <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。

科目名	人材開発【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2312
担当者	高村 静
履修条件	「人的資源管理論」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	<p><科目の目的> 人材開発・能力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的とする。</p> <p><到達目標> 習得した知識および手法をもとに、自組織の人材開発の課題やリーダーおよび新人・部下の育成にかかわる状況を把握し、改善策の立案に取り組めるようになること、および自身のキャリアを自律的に考えるための視点を得ることを到達目標とする。</p> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、◎4:巻き込み力、◎5:資源動員力、◎7:コンプライアンス力</p>
概要	組織は獲得した人材の能力を開発・利用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との関係性や相互作用、個人の能力開発の場となる職場の視点を考慮に入れ考えていく。
授業計画	<p>第1回 インTRODakション/人材開発の考え方と理論</p> <p>第2回 人材開発の論点(1) 知的熟練</p> <p>第3回 人材開発の論点(2) 経験学習</p> <p>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</p> <p>第5回 人材開発の論点(4) リーダーを育てる</p> <p>第6回 人材開発の論点(5) 若手を育てる</p> <p>第7回 人材開発の論点(6) エンプロイアビリティ</p> <p>第8回 人材開発の論点(7) (組織内) キャリア自律</p> <p>第9回 人材開発の論点(8) 組織学習</p> <p>第10回 人材開発の論点(9) 職場学習</p> <p>第11回 キャリア発達の論点(1) キャリア発達の理論</p> <p>第12回 キャリア発達の論点(2) キャリア・ダイナミクス</p> <p>第13回 人材開発の今日的課題</p> <p>第14回 人材開発計画</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(ペアワーク)、□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 () <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>－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・基準の明示 *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。 *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、さらに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。 <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。また、希望に応じて個別に実施する。 □授業時間に限らず、Cplus等でフィードバックを行う □その他 () <p>・授業で使用する言語</p> <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □(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:』
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・次週までの課題・宿題がある場合は、前週の授業内において提示することとする。 ※リーディング課題について: なお、次回授業までに自習すべき文献がある場合には、その前の回の授業の最後に指示をする。合わせて「リーディングのポイント」を提示するので、それ

<p>に沿って文献の読み取りをするとともに、自身の考えをまとめたうえで授業に出席すること。</p> <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none">・授業ごとの課題・宿題に取り組んでから授業に出席すること。※リーディング課題が出された場合、上記「リーディング課題について」の指示に従って準備をしたうえで授業に出席すること。・講義で出た課題については必ず取り組むこと。 <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。
--

科目名	人材開発【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2312
担当者	高村 静
履修条件	「人的資源管理論」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	<p><科目の目的> 人材開発・能力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的とする。</p> <p><到達目標> 習得した知識および手法をもとに、自組織の人材開発の課題やリーダーおよび新人・部下の育成にかかわる状況を把握し、改善策の立案に取り組めるようになること、および自身のキャリアを自律的に考えるための視点を得ることを到達目標とする。</p> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、◎4:巻き込み力、◎5:資源動員力、○7:コンプライアンス力</p>
概要	組織は獲得した人材の能力を開発・利用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との関係性や相互作用、個人の能力開発の場となる職場の視点を考慮に入れ考えていく。
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</p> <p>第2回 人材開発の論点(1) 知的熟練</p> <p>第3回 人材開発の論点(2) 経験学習</p> <p>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</p> <p>第5回 人材開発の論点(4) リーダーを育てる</p> <p>第6回 人材開発の論点(5) 若手を育てる</p> <p>第7回 人材開発の論点(6) エンプロイアビリティ</p> <p>第8回 人材開発の論点(7) (組織内) キャリア自律</p> <p>第9回 人材開発の論点(8) 組織学習</p> <p>第10回 人材開発の論点(9) 職場学習</p> <p>第11回 キャリア発達の論点(1) キャリア発達の理論</p> <p>第12回 キャリア発達の論点(2) キャリア・ダイナミクス</p> <p>第13回 人材開発の今日的課題</p> <p>第14回 人材開発計画</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(ペアワーク)、□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 () <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。 <p>・成績評価の方法・基準の明示</p> <p>*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。</p> <p>*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。</p> <p>*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、さらに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。</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> ■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、Cplus等でフィードバックを行う □その他 () <p>・授業で使用する言語</p> ■日本語 □英語 □(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

	<p>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:』</p>
<p>特記事項</p>	<p>・次週までの課題・宿題がある場合は、前週の授業内において提示することとする。 ※リーディング課題について：なお、次回授業までに自習すべき文献がある場合には、その前の回の授業の最後に指示をする。合わせて「リーディングのポイント」を提示するので、それに沿って文献の読み取りをするとともに、自身の考えをまとめたうえで授業に出席すること。 準備学習について ・授業ごとの課題・宿題に取り組んでから授業に出席すること。 ※リーディング課題が出された場合、上記「リーディング課題について」の指示に従って準備をしたうえで授業に出席すること。 ・講義で出た課題については必ず取り組むこと。・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。 *授業日の3日前までにアップロードする。</p>

科目名	インセンティブ・マネジメント【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2313
担当者	島貫 智行
履修条件	「人的資源管理論」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	<p><科目の目的> 人的資源管理の重要な機能である報酬管理についての基本的な考え方や知識を習得するとともに、評価や賃金、昇進などにまつわる今日的なトピックについての理解を深める。</p> <p><到達目標> 報酬管理の考え方や知識を習得し、それらを自身の実務経験や勤務先での問題意識と結びつけながら、従業員の動機付けやパフォーマンスの向上に貢献する課題分析と変革に向けた意思決定ができるようになる。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	報酬管理は、人的資源管理のなかで採用や育成などと並ぶ主要機能の一つである。従業員の動機付けやパフォーマンスの向上を図るうえで、トータル・リワードの観点から金銭的報酬と非金銭的報酬双方の考え方や知識を学ぶ。
授業計画	<p>授業計画は、以下のとおりである。講義とケース討議、ゲスト講演を予定している。予習したうえで授業に参加してほしい（※第1回から予習課題がある）。なお、諸事情により各回のテーマや順序、配付資料等が変更になる可能性がある。</p> <p>第1回：イントロダクション 第2回：モチベーション理論の実践への応用 第3回：企業経営におけるインセンティブシステム 第4回：ケース討議 第5回：モチベーションと金銭的・非金銭的インセンティブ 第6回：ケース討議 第7回：等級制度の変革課題 第8回：ケース討議 第9回：評価制度の変革課題 第10回：ケース討議 第11回：賃金制度の変革課題 第12回：ケース討議 第13回：企業倫理とインセンティブ・マネジメント 第14回：フォローアップ</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>総合商社人事部門での勤務経験をふまえて、受講者が報酬管理の考え方や知識を課題解決に活かせる思考力の涵養を支援したい。</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 ■プレゼンテーション ・(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>	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■課題レポート 80% ■授業内での挙手発言 20% 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"> ・評価基準 ・課題レポート：設問を提示するので、テキストや授業の学習内容をふまえて解答すること。基礎知識の理解や論理構成の適切さを評価する。 ・授業内での挙手発言：授業中の発言や発表を内容や頻度等を考慮し評価する。 <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、Cplus 等でフィードバックを行う □その他 () <ul style="list-style-type: none"> ・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>	<ul style="list-style-type: none"> ・テキスト 今野浩一郎・佐藤博樹（2022）『人事管理入門（新装版）』日本経済新聞出版 ・参考文献 ステファン・ロビンス（2009）『【新版】組織行動のマネジメントー入門から実践へ』ダイヤモンド社
<p>特記事項</p>	<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「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。ケース討議の場合には、授業当日に配付する。 ◎課題・宿題について ・プレ講義で説明する。参加できない場合には録画を必ず視聴すること。 ◎予習・復習等の準備学習について ・テキストの関連する章を読んだうえで、予習課題に取り組むこと。資料・ケースおよび設問

	<p>に関する予習課題を提出すること。</p> <p>◎その他</p> <ul style="list-style-type: none">・成績評価は、評価項目の合計点により、大学が定めた評点基準と比率目安に基づいて行う。・ケース購入費用が必要となる。ケースの配付方法等は授業時に説明する。
--	---

科目名	インセンティブ・マネジメント【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2313
担当者	島貫 智行
履修条件	「人的資源管理論」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	<p><科目の目的> 人的資源管理の重要な機能である報酬管理についての基本的な考え方や知識を習得するとともに、評価や賃金、昇進などにまつわる今日的なトピックについての理解を深める。</p> <p><到達目標> 報酬管理の考え方や知識を習得し、それらを自身の実務経験や勤務先での問題意識と結びつけながら、従業員の動機付けやパフォーマンスの向上に貢献する課題分析と変革に向けた意思決定ができるようになる。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	報酬管理は、人的資源管理のなかで採用や育成などと並ぶ主要機能の一つである。従業員の動機付けやパフォーマンスの向上を図るうえで、トータル・リワードの観点から金銭的報酬と非金銭的報酬双方の考え方や知識を学ぶ。
授業計画	<p>授業計画は、以下のとおりである。講義とケース討議、ゲスト講演を予定している。予習したうえで授業に参加してほしい（※第1回から予習課題がある）。なお、諸事情により各回のテーマや順序、配付資料等が変更になる可能性がある。</p> <p>第1回：イントロダクション 第2回：モチベーション理論の実践への応用 第3回：企業経営におけるインセンティブシステム 第4回：ケース討議 第5回：モチベーションと金銭的・非金銭的インセンティブ 第6回：ケース討議 第7回：等級制度の変革課題 第8回：ケース討議 第9回：評価制度の変革課題 第10回：ケース討議 第11回：賃金制度の変革課題 第12回：ケース討議 第13回：企業倫理とインセンティブ・マネジメント 第14回：フォローアップ</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>総合商社人事部門での勤務経験をふまえて、受講者が報酬管理の考え方や知識を課題解決に活かせる思考力の涵養を支援したい。</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 ■プレゼンテーション ・(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 80% ■授業内での挙手発言 20% 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"> ・評価基準 ・課題レポート：設問を提示するので、テキストや授業の学習内容をふまえて解答すること。基礎知識の理解や論理構成の適切さを評価する。 ・授業内での挙手発言：授業中の発言や発表を内容や頻度等を考慮し評価する。 <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、Cplus 等でフィードバックを行う □その他 () <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □(その他)
テキスト・参考文献等	<ul style="list-style-type: none"> ・テキスト 今野浩一郎・佐藤博樹 (2022) 『人事管理入門 (新装版)』 日本経済新聞出版 ・参考文献 ステファン・ロビンス (2009) 『【新版】組織行動のマネジメントー入門から実践へ』 ダイアモンド社
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「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。ケース討議の場合には、授業当日に配付する。 ◎課題・宿題について ・プレ講義で説明する。プレ講義に参加できない場合には録画を必ず視聴すること。 ◎予習・復習等の準備学習について ・テキストの関連する章を読んだうえで、予習課題に取り組むこと。資料・ケースおよび設問

	<p>に関する予習課題を提出すること。</p> <p>◎その他</p> <ul style="list-style-type: none">・成績評価は、評価項目の合計点により、大学が定めた評点基準と比率目安に基づいて行う。・ケース購入費用が必要となる。ケースの配付方法等は授業時に説明する。
--	---

科目名	コーポレートファイナンスと企業戦略【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2411
担当者	宮永 雅好
履修条件	財務会計の知識が十分ある、または「企業会計とファイナンスの基礎」を履修した上で履修することが望ましい
科目の目的・到達目標	<p>(目的) 企業の財務部門が資金の運用・調達する上で考慮すべき基本的理論と日本におけるルールのもとで遂行可能なスキームなど、実務的な知識の習得とそれを応用できることを目的とする。できる限り具体的な事案をもとにケーススタディを取り入れ、考えられる選択肢の中で取るべき財務戦略について様々な角度から分析・評価できる考察力を養う。</p> <p>(到達目標) 以下の事項について理解し、実務面での応用ができること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現在価値法の理論と計算 ・ 資本コストの理論と計算 ・ 株式及びその他金融資産の時価評価に関する理解 ・ 投資の意思決定についての理論と投資収益の計算 ・ 企業価値（事業価値を含む）の算定に関する理解 ・ 企業の資金調達に関する理論と実務 ・ 企業の短中長期での財務戦略の合理的考察 <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、△4：巻き込み力、◎5：資源動員力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>コーポレートファイナンスでは、企業が「投資」と「資金調達」を行う際に考慮すべき事項の理論及びそれらの理論を用いた経営管理が主たる研究対象となる。</p> <p>もっとも企業が外部から資金を調達する場合には、金融証券市場での資金調達が中心となるため、資金の出し手である金融機関・投資家などの資金運用手法やその役割に関する理論も理解する必要がある。特に資本市場での資金調達は、日本企業にとって、間接金融以上に複雑なルールや価格変動という性質を持つため、証券投資理論を含めた資本市場に関する研究領域についても合わせて学習する。</p>
授業計画	<p>第1回 ガイダンス（コーポレートファイナンスの総論的理解） これまで学んだ会計の知識を確認した上で企業価値の向上のためにはどのような知識や戦略が必要になるかを概括し、ファイナンスリテラシーの必要性・重要性について考えます。</p> <p>第2回 投資の現在価値（基礎学習1） 経済的価値は時間軸によって変化します。つまり、今受け取る1万円と10年後に受け取る1万円の現在の価値は同じではありません。そのため、ビジネスや企業の価値算定においては、①将来のキャッシュフロー（CF）の金額とタイミング（獲得時期）、②投資の要求利回り、によってNPV（Net Present Value：正味現在価値）を導くことになります。また投資の収益率はIRR（複利利回り）で計測するため、こうした基礎的な考え方をしっかりと学びます。</p> <p>第3回 投資の意思決定と債券・株式の価値評価（基礎学習2） 将来CFの現在価値であるNPVが求められれば、そのCFを生むために必要な投下資本との関係で、その投資を行うべきか否かの意思決定を行うことができます。同様な考え方を使得、典型的な有価証券である債券や株式の価値を測定することができます。その具体的な評価</p>

方法について学びます。

第4回 証券投資理論の基礎（基礎学習3）

投資家のための証券投資理論は、企業にとってのコーポレートファイナンスとも密接な関係にあります。そこで、コーポレートファイナンスを正しく理解するために、リスクとリターンとの関係や分散投資、CAPMなど証券投資理論の基礎について学びます。

第5回 小テスト（又は課題レポート）と解説（復習）

第4回までの授業内容について十分に習得しているか確認の小テスト（又は課題レポート）を行う予定。提示した設問をベースにその解法についてのディスカッションをし、またさらなる思考の深掘りを行います。

第6回 資本コスト

これまで現在価値（PV）を算出するために使用してきた割引率（DR）をどのように決定・推定すべきかについて学びます。WACCとROICの関係についても実例を使いながら理解を深めます。

第7回 MM理論と資本構成

コーポレートファイナンスの理想的理論であるMM定理を理解し、実務における財務戦略の関係を学びます。本科目ではJ-REITを事例に最適資本構成の考え方について理解を深めます。

第8回 企業価値評価1

企業価値評価法としてDCF法を使った企業価値評価を行います。特にDCF法における前提をどのように選択するかによって最終的な企業価値・株主価値が変わることを学び、将来CFをいかに予想し、さらに割引率をどのように決定するかについて理解を深めます。また、DCF法以外の企業価値評価（市場価値法、時価純資産法など）についても解説をします。

第9回 企業価値評価2

実際に具体的な上場企業を事例に株式価値評価を行います。課題レポート（又はグループワーク）とし、講義時間中に質問を受けながら、各自（又はグループ）で考察（又は議論）を行い、次の授業までに評価結果を提出することとします。

第10回 財務戦略・資本政策1

株式会社の財務戦略とは何か。また配当政策や自社株買いなど資本政策はどのように選択されるべきなのか、コーポレートファイナンスの理論を使って考察します。

第11回 財務戦略・資本政策2

エクイティ・ファイナンスの理論と最適資本構成の理論について、J-REITの財務戦略を事例に学び、さらに上場企業のケーススタディを行います。

第12回 投資と資金調達

投資をする際の資金調達について、特にエクイティファイナンスにおける発行株価と増資後の株価の関係について考察します。

第13回 M&Aファイナンス

昨今ではM&Aは企業にとって重要な経営戦略の一つになってきました。M&Aは企業にとっては時間にプレミアムを払った「投資」と考えられます。その際における価値評価の方法、考え方、バリュエーション・レンジなど、M&Aによる企業価値創造のポイントなどを学びます。また、M&Aにおける買収価格の評価、資金調達の方法などに事例を挙げながら分析・評価を行います。

第14回 これからの経営とコーポレートファイナンス

全体のまとめをするとともに、企業の具体的な資金調達、財務戦略、さらに昨今資本市場で話

	<p>題になっている MBO や同意なき買収について、事例（成功例・失敗例）を挙げながらディスカッションをし、コーポレートガバナンスとの関係でこれからの経営の思決定における課題について学習します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教員の実務経験と授業との関係性について ファンドマネージャー/アナリストとしての実務経験（18年） 企業向け財務コンサルティング（20年）：株式価値・企業価値に関する第三者評価、M&A 時における FA 業務、PPA 評価実務、など ・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 ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■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	<p>成績評価の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■小テスト（又は課題レポート） 20% ■課題レポート（又はグループワーク） 20% ■授業内での挙手発言、宿題への回答 20% ■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> <p>成績評価の方法・基準の明示</p> <ul style="list-style-type: none"> ■小テスト（又は課題レポート）：正解がある設問であり満点 20 点で評価 ■課題レポート（又はグループワーク）：授業で学んだ理論が正しく回答に使われているかについて、評価ポイントを決めて採点を行う ■授業内での挙手発言：宿題への回答、授業への参加度（質問、回答など）、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。 ■最終レポート 40%：模範解答を作成し、いくつかの評価ポイントを決めて採点を行う <p>課題（小テストやレポート等）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、Cplus 等でフィードバックを行う <p>授業で使用する言語</p> <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・参考文献等	<p>テキストは毎回オリジナルのレジュメを配布する。</p> <p>参考図書は、以下の通り。</p> <p>新井富雄、他著 『コーポレート・ファイナンス－基礎と応用－』 中央経済社（2016年）</p> <p>リチャード・ブリーリー他著 『コーポレート・ファイナンス』 日経 BP</p> <p>その他、受講生の理解度、授業の進捗に応じて別途指示をする。</p>

特記事項	<p>【履修にあたっての注意】 ほぼ毎回、Excel を使って計算をするので、各自 PC を用意すること。</p> <p>【準備学習・復習】（準備学習と復習に必要な時間は 1 科目あたり合計 45 時間程度が目安）</p> <ul style="list-style-type: none">・講義内容は徐々にステップアップしていくため、予習よりも復習が大切になる。・事前に課題やリサーチを課すことがあり、その際には準備が必要となる。・授業時間内で学生の理解が不十分な場合は、復習課題を課す。自分で考えて答えを出すという姿勢を身に付けること。
------	---

科目名	コーポレートファイナンスと企業戦略【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2411
担当者	宮永 雅好
履修条件	財務会計の知識が十分ある、または「企業会計とファイナンスの基礎」を履修した上で履修することが望ましい
科目の目的・到達目標	<p>(目的) 企業の財務部門が資金の運用・調達する上で考慮すべき基本的理論と日本におけるルールのもとで遂行可能なスキームなど、実務的な知識の習得とそれを応用できることを目的とする。できる限り具体的な事案をもとにケーススタディを取り入れ、考えられる選択肢の中で取るべき財務戦略について様々な角度から分析・評価できる考察力を養う。</p> <p>(到達目標) 以下の事項について理解し、実務面での応用ができること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現在価値法の理論と計算 ・ 資本コストの理論と計算 ・ 株式及びその他金融資産の時価評価に関する理解 ・ 投資の意思決定についての理論と投資収益の計算 ・ 企業価値（事業価値を含む）の算定に関する理解 ・ 企業の資金調達に関する理論と実務 ・ 企業の短中長期での財務戦略の合理的考察 <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、△4：巻き込み力、◎5：資源動員力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>コーポレートファイナンスでは、企業が「投資」と「資金調達」を行う際に考慮すべき事項の理論及びそれらの理論を用いた経営管理が主たる研究対象となる。</p> <p>もっとも企業が外部から資金を調達する場合には、金融証券市場での資金調達が中心となるため、資金の出し手である金融機関・投資家などの資金運用手法やその役割に関する理論も理解する必要がある。特に資本市場での資金調達は、日本企業にとって、間接金融以上に複雑なルールや価格変動という性質を持つため、証券投資理論を含めた資本市場に関する研究領域についても合わせて学習する。</p>
授業計画	<p>第1回 ガイダンス（コーポレートファイナンスの総論的理解） これまで学んだ会計の知識を確認した上で企業価値の向上のためにはどのような知識や戦略が必要になるかを概括し、ファイナンスリテラシーの必要性・重要性について考えます。</p> <p>第2回 投資の現在価値（基礎学習1） 経済的価値は時間軸によって変化します。つまり、今受け取る1万円と10年後に受け取る1万円の現在の価値は同じではありません。そのため、ビジネスや企業の価値算定においては、①将来のキャッシュフロー（CF）の金額とタイミング（獲得時期）、②投資の要求利回り、によってNPV（Net Present Value：正味現在価値）を導くことになります。また投資の収益率はIRR（複利利回り）で計測するため、こうした基礎的な考え方をしっかりと学びます。</p> <p>第3回 投資の意思決定と債券・株式の価値評価（基礎学習2） 将来CFの現在価値であるNPVが求められれば、そのCFを生むために必要な投下資本との関係で、その投資を行うべきか否かの意思決定を行うことができます。同様な考え方を使得、典型的な有価証券である債券や株式の価値を測定することができます。その具体的な評価</p>

方法について学びます。

第4回 証券投資理論の基礎（基礎学習3）

投資家のための証券投資理論は、企業にとってのコーポレートファイナンスとも密接な関係にあります。そこで、コーポレートファイナンスを正しく理解するために、リスクとリターンとの関係や分散投資、CAPMなど証券投資理論の基礎について学びます。

第5回 小テスト（又は課題レポート）と解説（復習）

第4回までの授業内容について十分に習得しているか確認の小テスト（又は課題レポート）を行う予定。提示した設問をベースにその解法についてのディスカッションをし、またさらなる思考の深掘りを行います。

第6回 資本コスト

これまで現在価値（PV）を算出するために使用してきた割引率（DR）をどのように決定・推定すべきかについて学びます。WACCとROICの関係についても実例を使いながら理解を深めます。

第7回 MM理論と資本構成

コーポレートファイナンスの理想的理論であるMM定理を理解し、実務における財務戦略の関係を学びます。本科目ではJ-REITを事例に最適資本構成の考え方について理解を深めます。

第8回 企業価値評価1

企業価値評価法としてDCF法を使った企業価値評価を行います。特にDCF法における前提をどのように選択するかによって最終的な企業価値・株主価値が変わることを学び、将来CFをいかに予想し、さらに割引率をどのように決定するかについて理解を深めます。また、DCF法以外の企業価値評価（市場価値法、時価純資産法など）についても解説をします。

第9回 企業価値評価2

実際に具体的な上場企業を事例に株式価値評価を行います。課題レポート（又はグループワーク）とし、講義時間中に質問を受けながら、各自（又はグループ）で考察（又は議論）を行い、次の授業までに評価結果を提出することとします。

第10回 財務戦略・資本政策1

株式会社の財務戦略とは何か。また配当政策や自社株買いなど資本政策はどのように選択されるべきなのか、コーポレートファイナンスの理論を使って考察します。

第11回 財務戦略・資本政策2

エクイティ・ファイナンスの理論と最適資本構成の理論について、J-REITの財務戦略を事例に学び、さらに上場企業のケーススタディを行います。

第12回 投資と資金調達

投資をする際の資金調達について、特にエクイティファイナンスにおける発行株価と増資後の株価の関係について考察します。

第13回 M&Aファイナンス

昨今ではM&Aは企業にとって重要な経営戦略の一つになってきました。M&Aは企業にとっては時間にプレミアムを払った「投資」と考えられます。その際における価値評価の方法、考え方、バリュエーション・レンジなど、M&Aによる企業価値創造のポイントなどを学びます。また、M&Aにおける買収価格の評価、資金調達の方法などに事例を挙げながら分析・評価を行います。

第14回 これからの経営とコーポレートファイナンス

全体のまとめをするとともに、企業の具体的な資金調達、財務戦略、さらに昨今資本市場で話

	<p>題になっている MBO や同意なき買収について、事例（成功例・失敗例）を挙げながらディスカッションをし、コーポレートガバナンスとの関係でこれからの経営の思決定における課題について学習します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教員の実務経験と授業との関係性について ファンドマネージャー/アナリストとしての実務経験（18年） 企業向け財務コンサルティング（20年）：株式価値・企業価値に関する第三者評価、M&A 時における FA 業務、PPA 評価実務、など ・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 ・（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	<p>成績評価の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■小テスト（又は課題レポート） 20% ■課題レポート（又はグループワーク） 20% ■授業内での挙手発言、宿題への回答 20% ■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> <p>成績評価の方法・基準の明示</p> <ul style="list-style-type: none"> ■小テスト（又は課題レポート）：正解がある設問であり満点 20 点で評価 ■課題レポート（又はグループワーク）：授業で学んだ理論が正しく回答に使われているかについて、評価ポイントを決めて採点を行う ■授業内での挙手発言：宿題への回答、授業への参加度（質問、回答など）、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。 ■最終レポート 40%：模範解答を作成し、いくつかの評価ポイントを決めて採点を行う <p>課題（小テストやレポート等）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、Cplus 等でフィードバックを行う <p>授業で使用する言語</p> <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・参考文献等	<p>テキストは毎回オリジナルのレジュメを配布する。</p> <p>参考図書は、以下の通り。</p> <p>新井富雄、他著 『コーポレート・ファイナンス－基礎と応用－』 中央経済社（2016年）</p> <p>リチャード・ブリーリー他著 『コーポレート・ファイナンス』 日経 BP</p> <p>その他、受講生の理解度、授業の進捗に応じて別途指示をする。</p>
特記事項	<p>【履修にあたっての注意】</p> <p>ほぼ毎回、Excel を使って計算をするので、各自 PC を用意すること。</p>

<p>【準備学習・復習】（準備学習と復習に必要な時間は1科目あたり合計45時間程度が目安）</p> <ul style="list-style-type: none">・講義内容は徐々にステップアップしていくため、予習よりも復習が大切になる。・事前に課題やリサーチを課すことがあり、その際には準備が必要となる。・授業時間内で学生の理解が不十分な場合は、復習課題を課す。自分で考えて答えを出すという姿勢を身に付けること。

科目名	財務報告論【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2412
担当者	市川 育義
履修条件	「企業会計とファイナンスの基礎」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	<p>(科目の目的)</p> <p>本科目は、上場企業が資本市場に向けて公表する開示情報について、その背景となる上場企業の行動様式や開示情報に関する関係法令等（会社法、金融商品取引法、コーポレートガバナンス・コード等）を学習したうえで、実際の開示情報（主に有価証券報告書）の分析に必要な基礎知識の習得を目的としている。</p> <p>これは、ディプロマ・ポリシーとの関係からは、開示制度を中心とする各種法規制の理解を通じて高い倫理性を備えるとともに、資本市場における開示情報から現状を適切に分析評価する能力を備えることで、経営環境等の変化に関する感度を上げ、現状の問題点の把握や今後取り組むべき課題の認識、そして長期的な視点からの戦略の構想といった能力の開発に貢献するものと位置付けられる。</p> <p>(到達目標)</p> <p>①資本市場の仕組みを理解し、上場企業に対する開示規制の概要を説明することができる。 ②財務情報の中心となる連結財務諸表の作成プロセスを理解するとともに、開示内容について利用上の留意点を説明することができる。 ③非財務情報（サステナビリティ情報等）の重要性の背景を理解するとともに、開示内容について利用上の留意点を説明することができる。 ④開示規制違反事例や開示制度の今後の動向を説明することができる。 ⑤有価証券報告書の開示事例を分析し自らの意見を述べるることができる。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>上場企業が毎年公表している有価証券報告書は、日本企業のアニュアルレポートとして位置づけられるものであり、これまでも開示内容の充実が進められてきたが、最近はその傾向が顕著であるといえる。例えば、金融庁が2023年3月期から気候変動に代表されるサステナビリティ関連情報の開示を義務化し、その後具体的な開示基準の設定作業と適用対象企業等に関する審議が同時並行で行われていることや、東証が上場企業に対して「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応策の策定と開示」等を求めるといった動きは特に注目されよう。</p> <p>本講義では、このような背景から、経営者をはじめ社会人が習得すべきと考えられる基礎知識について、資本市場全体を俯瞰しながら、有価証券報告書を中心とした開示情報の内容やその活用方法を講義し、さらに理解を深めるため、開示規制違反事例や今後の制度改正も取り上げることとしている。</p>
授業計画	<p>【1. 全体説明】</p> <p>第1回 ガイダンス</p>

	<p>【2. 資本市場の仕組みを理解する】</p> <p>第2回 資本市場の全体像</p> <p>第3回 株式会社による会社運営</p> <p>第4回 上場企業に対する開示規制</p> <p>【3. 連結財務諸表を理解する】</p> <p>第5回 連結財務諸表の作成（ケーススタディ）</p> <p>第6回 連結貸借対照表・連結損益計算書・連結包括利益計算書・連結株主資本等変動計算書の開示内容</p> <p>第7回 連結キャッシュ・フロー計算書の作成（ケーススタディ）及び開示内容</p> <p>第8回 重要な注記事項</p> <p>【4. 開示書類の内容を理解する】</p> <p>第9回 開示書類の体系と関連性</p> <p>【5. 非財務情報を理解する】</p> <p>第10回 非財務情報の重要性と開示内容</p> <p>【6. その他資本市場の真相を知る】</p> <p>第11回 今後の開示制度の動向</p> <p>第12回 開示規制違反事例</p> <p>【7. 総括】</p> <p>第13回 課題レポート（プレゼンテーション）・小テスト</p> <p>第14回 まとめ</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業の関連性について</p> <p>有限責任監査法人トーマツに35年間勤務（1985年10月～2020年11月）。その間、上場企業等の監査業務を担当するとともに、ボードメンバー（評議員）や品質管理担当執行役に就任。また、対外活動として、2000年当時の会計ビッグバンに係る開示規則や会計基準等の審議に、企業会計審議会幹事等として参画。現在、市川育義公認会計士事務所代表、大日本印刷株式会社社外監査役、株式会社ソシオネクスト社外取締役。</p> <p>我が国開示制度の改革に審議会幹事や公認会計士として関与した経験とともに、現在の上場企業社外役員としての経験も活かし、最新事例による実践的な講義を行う。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション（毎回問い掛けを行う）、□グループワーク、■プレゼンテーション（課題レポート（第13回））</p> <p>■実習（ケーススタディ（第5回・第7回））、□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>
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（プレゼンテーション） 30%</p> <p>■授業内での挙手発言 20%</p>

	<p>■小テスト 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。</p> <p>・成績評価の基準</p> <p>■課題レポート：批判的かつ多面的な見地から開示内容を分析し、論理的に結論を導いているか、プレゼンテーションはわかりやすく説得力のあるものであるか。</p> <p>■授業内での挙手発言：授業への貢献度・受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協議して学ぶ態度等）。</p> <p>■小テスト：講義内容の理解度、計算の正確性。</p> <p>■最終レポート：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、考察の深さや論理性。</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 □授業時間に限らず、Cplus等でフィールドバックを行う □その他（）</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</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：伊藤邦雄『企業価値経営』、日本経済新聞社、2021年、ISBN：978-4532135140 小野塚恵美『サステナブル経営とサステナブル金融の接続』、金融財政事情研究会 2023年、ISBN：978-4322143485 EY 新日本有限責任監査法人『3つの視点で会社がわかる「有報」の読み方（第3版）』、中央経済社 2022年、ISBN：978-4502426216</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"> ・ 授業ごとの課題、宿題については、締切り1週間前までには、課題テーマを提示する。 <p>予習・復習等の準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 毎回授業前に掲載するレジュメ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。

科目名	財務報告論【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2412
担当者	谷口 義幸
履修条件	「企業会計とファイナンスの基礎」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	<p>(科目の目的)</p> <p>本科目は、上場企業が資本市場に向けて公表する開示情報について、その背景となる上場企業の行動様式や開示情報に関する関係法令等（会社法、金融商品取引法、コーポレートガバナンス・コード等）を学習したうえで、実際の開示情報（主に有価証券報告書）の分析に必要な基礎知識の習得を目的としている。</p> <p>これは、ディプロマ・ポリシーとの関係からは、開示制度を中心とする各種法規制の理解を通じて高い倫理性を備えるとともに、資本市場における開示情報から現状を適切に分析評価する能力を備えることで、経営環境等の変化に関する感度を上げ、現状の問題点の把握や今後取り組むべき課題の認識、そして長期的な視点からの戦略の構想といった能力の開発に貢献するものと位置付けられる。</p> <p>(到達目標)</p> <p>①資本市場における情報開示の仕組みを理解し、上場企業に求められる情報開示の趣旨・目的及び制度の概要を説明することができる。</p> <p>②有価証券報告書における財務情報・非財務情報の内容とその関連性について説明することができる。</p> <p>③内容の充実が求められてきている非財務情報（コーポレート・ガバナンス情報、サステナビリティ情報等）の開示の趣旨・目的・背景及び開示内容について説明することができる。</p> <p>④今後、有価証券報告書においてどのような情報を開示し、また、開示制度はどうあるべきかについて、自らの意見を述べるすることができる。</p> <p>⑤開示規制違反事例からその根本原因を分析し、再発防止策を導き出することができる。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>上場企業が事業年度ごとに提出している有価証券報告書は、我が国資本市場において企業情報を開示するための最も重要なツールの一つである。その開示内容についてみれば、これまで財務情報の補完情報とされてきた非財務情報が、中長期的な視点で企業価値を判断するための重要な情報として位置づけられ、昨今、急速にその充実が進められてきている。特に、2023年3月期に係る有価証券報告書から開示が義務付けられたサステナビリティ情報については、今後、その開示基準の整備とともに多岐にわたる詳細な情報の開示が求められていくことになる。これに伴い、有価証券報告書の情報量はさらに増大することとなり、また、上場企業は自主的にさまざまな情報（統合報告書等）の開示も進めている。</p> <p>このような状況において、情報を開示する側はどのような情報を開示すべきか、一方で情報を利用する側は開示情報をどのように分析するかについて適切に判断することは、情報開示に関する基礎知識なしでは困難であると言わざるを得ない。</p>

	<p>このような状況を踏まえ、本講義では、経営者、実務担当者、投資者等が習得すべき情報開示に関する基礎知識について、資本市場における情報開示全体を俯瞰しつつ解説する。具体的には、有価証券報告書を中心とした開示書類の内容やその活用方法を説明するとともに、さらに理解を深めるため、開示規制違反事例や今後の制度改正の見通しも取り上げることにしている。</p>
<p>授業計画</p>	<p>【1. 資本市場における開示制度を理解する】</p> <p>第1回 ガイダンス・資本市場における情報開示の必要性と開示実務の全体像</p> <p>第2回 金融商品取引法に基づく開示制度概観</p> <p>第3回 発行市場・流通市場における開示制度</p> <p>【2. 有価証券報告書の開示内容等を理解する】</p> <p>第4回 提出義務・提出時期等</p> <p>第5回 財務情報</p> <p>第6回 コーポレート・ガバナンス情報</p> <p>第7回 サステナビリティ情報</p> <p>第8回 その他の非財務情報</p> <p>第9回 有価証券報告書とIR情報との関係</p> <p>第10回 有価証券報告書における開示情報の今後（プレゼンテーション）</p> <p>【3. 適正な情報開示について考察する】</p> <p>第11回 開示情報の適正性の確保</p> <p>第12回 開示規制違反（原因分析）とエンフォースメント</p> <p>【4. 総括】</p> <p>第13回 上場企業による情報開示の方向性（課題レポートの中間報告）</p> <p>第14回 確認テスト・まとめ</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業の関連性について</p> <p>金融庁において金融商品取引法に基づく開示制度の企画・立案を長く担当した後、証券取引等監視委員会事務局の開示検査課長を最後に退職。その間、東北大学大学院経済学研究科（会計大学院）教授を務める。現在は、上場企業等の情報開示を支援する株式会社プロネクサス執行役員、千葉商科大学大学院会計ファイナンス研究科客員教授、一般社団法人サステナビリティマネジメント&アシュアランス機構理事。</p> <p>これまでの、開示制度の企画・立案、開示規制違反の調査そして上場企業に対する情報開示支援といった一貫した情報開示に関する実務経験を活かし、情報開示についての理論的かつ実践的な講義を行う。</p> <p>・アクティブ・ラーニング要素</p> <p>■ディスカッション（毎回問い掛けを行う）、□グループワーク、■プレゼンテーション（第10・13回）</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>成績評価の基準と方法</p>	<p>・成績評価の方法</p> <p>■プレゼンテーション 40%（20%×2回）</p> <p>■授業内での挙手発言 20%</p>

	<p>■確認テスト 10% ■課題レポート 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</p> <p>■プレゼンテーション・課題レポート：情報を開示する側・情報を利用する側双方の立場から開示内容・開示制度を多面的に分析し、論理的に結論を導いているかについて評価。また、わかりやすく説得力のあるものであるかについても評価。</p> <p>■授業内での挙手発言：授業への貢献度・受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協議して学ぶ態度等）。</p> <p>■確認テスト：講義内容の理解度。</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</p> <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、Cplus等でフィールドバックを行う □その他（）</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</p>
<p>テキスト・参考文献等</p>	<p>テキスト：毎回レジュメを配布する。</p> <p>参考文献 谷口義幸 『要説 金融商品取引法開示制度』 税務研究会出版局,2023年,ISBN：978-4-7931-6 松尾直彦 『金融商品取引法〔第7版〕』 商事法務, 2023年,ISBN：978-4-7857-3040-6 その他、授業時に指定する。</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」で配布をする。 ・ 履修確定後は、「教材配布」で配布をする。 ・ 原則、授業日の2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"> ・ プレゼンテーション・課題レポートの課題については、プレゼンテーション実施・レポート提出締切り2週間前までに提示する。 <p>予習・復習等の準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 毎回授業前に掲載するレジュメ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。

科目名	コンプライアンス・内部統制と法実務【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2511
担当者	杉浦 宣彦、森谷 博之、光武 敬志
履修条件	「経営法務概論」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	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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、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。</p>
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、現在も本講義で扱う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</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） ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■土日対面授業実施
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 30% ■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>授業内での挙手発言：クラスでの討議参加度（20%）・プレゼンテーション：発表内容（30%）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"> ・成績評価基準 －授業内での挙手発言：講義への参加・貢献度、受講態度の状況を基準とする。 －プレゼンテーション：調べてきた案件の内容を正しく理解・把握しているか。 －最終レポート：出されたレポート課題についてどのような態勢・対応が有効か講義の内容を理解し、反映させた形になっているか。 <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 ■必要に応じ、授業時間に限らず、Cplus 等でフィードバックを行う <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
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・課題について <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（課題がある場合、締切日 1 週間前を基準として提示予定）ので、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【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-2511
担当者	杉浦 宣彦、森谷 博之、光武 敬志
履修条件	「経営法務概論」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	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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、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。</p>
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、本講義の内容に関連する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</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） ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■土日対面授業実施
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 30% ■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>授業内での挙手発言：クラスでの討議参加度（20%）・プレゼンテーション：発表内容（30%）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"> ・成績評価基準 －授業内での挙手発言：講義への参加・貢献度、受講態度の状況を基準とする。 －プレゼンテーション：調べてきた案件の内容を正しく理解・把握しているか。 －最終レポート：出されたレポート課題についてどのような態勢・対応が有効か講義の内容を理解し、反映させた形になっているか。 <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 ■必要に応じ、授業時間に限らず、Cplus 等でフィードバックを行う <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
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・課題について <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（課題がある場合、締切日 1 週間前を基準として提示予定）ので、必ず取り組むこと。</p>

科目名	企業の社会的責任
科目ナンバリング	BS-MN5-3051
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。 <p>この科目では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、◎7：コンプライアンス力</p>
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 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 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 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 第14回 まとめ：社会と自身の変革のために</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、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 ■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 ■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>	<p>成績評価の方法・基準 ■課題レポート 30% 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。 ■授業内での挙手発言 30% 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。 ■期末レポート 40% 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% ※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 ・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> <p>・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）</p>
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<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> <p>参考文献：『人と組織がいきる倫理マネジメント－仕事の有意味感からの探究』本橋潤子著</p>

	(白桃書房、2023年)
特記事項	<p>教材配布の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業開始前～履修申請期間は、Cplus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。 ・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。 ・「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>課題・宿題の課題テーマの提示</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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	デザインシンキング 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-3052
担当者	平田 智彦
履修条件	特になし
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。過去の延長線上にないビジネス創出を可能とするイノベーター育成を目指す。</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> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○6：ネットワーキング力</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、自社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+ワークショップ</p> <p>第3回 アーキタイプセッション、パーパスを機能させるデザイン経営</p> <p>第4回 プロトタイピング演習</p> <p>第5回 必要な能力の得るために：着観力、アブダクション：統合</p> <p>第6回 リフレーム、メタファー、先見力、メタ認知、マインドセット</p> <p>第7回 フィールドリサーチ演習</p> <p>第8回 フィールドリサーチ演習</p> <p>第9回 美しい体験価値はどんな手順で創出されたのか。最終課題の説明</p> <p>第10回 フォーサイトシートの作成</p> <p>第11回 デザイン思考のリサーチ、カスタマージャーニ Map</p> <p>第12回 プロトタイピングと検証サイクル（2）</p> <p>第13回 プレゼンテーション</p> <p>第14回 プレゼンテーション</p> <p>■第11回は、専門家を招聘予定。</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 ■ワークショップ ■プレゼンテーション <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 □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 ■授業内でのワークショップ・演習への積極的なチャレンジ 60% ■プレゼンテーション 40%「実務等への活かし方」「視点のユニークさ」「オーディエンスの創造性」にアプローチしたかを加点する。 <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> <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>・授業で使用する言語</p> <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □(その他)
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	<p>次に繋がる「失敗」は大歓迎。Learn & Do でなく、Do & Learn を常態化してチャレンジし続けてください。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・予習・復習等の準備学習について：必ず事前に参考文献の適応章に目を通した上で出席すること。 <p>僕のミッションは生徒達の右脳を活性化すること。創造を楽しむスタンスで、受講してください。</p>

科目名	デザインシンキング 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-3052
担当者	平田 智彦
履修条件	特になし
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。過去の延長線上にないビジネス創出を可能とするイノベーター育成を目指す。</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> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○6：ネットワーキング力</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、自社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罨</p> <p>第2回 バイアスの外し方とケーススタディ+ワークショップ</p> <p>第3回 アーキタイプセッション、パーパスを機能させるデザイン経営</p> <p>第4回 プロトタイピング演習</p> <p>第5回 必要な能力の得るために：着観力、アブダクション：統合</p> <p>第6回 リフレーム、メタファー、先見力、メタ認知、マインドセット</p> <p>第7回 フィールドリサーチ演習</p> <p>第8回 フィールドリサーチ演習</p> <p>第9回 美しい体験価値はどんな手順で創出されたのか。最終課題の説明</p> <p>第10回 フォーサイトシートの作成</p> <p>第11回 デザイン思考のリサーチ、カスタマージャーニ Map</p> <p>第12回 プロトタイピングと検証サイクル（2）</p> <p>第13回 プレゼンテーション</p> <p>第14回 プレゼンテーション</p> <p>■第11回は、専門家を招聘予定。</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 ■ワークショップ ■プレゼンテーション <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 ■授業内でのワークショップ・演習への積極的なチャレンジ 60% ■プレゼンテーション 40%「実務等への活かし方」「視点のユニークさ」「オーディエンスの創造性」にアプローチしたかを加点する。 <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> <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>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □(その他)</p>
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	<p>次に繋がる「失敗」は大歓迎。Learn & Do でなく、Do & Learn を常態化してチャレンジし続けてください。</p> <p>・予習・復習等の準備学習について：必ず事前に参考文献の適応章に目を通した上で出席すること。</p> <p>僕のミッションは生徒達の右脳を活性化すること。創造を楽しむスタンスで、受講してください。</p>

科目名	ビジネス・コミュニケーション
科目ナンバリング	BS-MN5-3053
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。既に中上級のスピーキング力がある人には向いていません。
科目の目的 ・到達目標	<p>科目の目的 : The objective of this course is to equip students with English language skills and practical communication strategies essential for success in the international business arena.</p> <p>到達目標 : At the end of this course, students will have a better understanding of how to deal with common business situations by communicating effectively in English. Students will also be able to continue with effective English self-study to further develop their English skills.</p>
概要	<p>This course is designed to improve the English language skills of beginner to intermediate level learners by focusing on practical skills for dealing with typical business situations. It covers the four core skills of English - reading, listening, writing and speaking - with particular emphasis on listening and speaking, reflecting their growing importance in real-life business communication.</p> <p>Each lesson revolves around a specific topic and includes a variety of input and output activities. These activities are designed for practical application, allowing students to engage in hands-on practice and benefit from personalized, corrective feedback from the instructor. Learning is structured through both individual work and collaborative tasks in pairs or teams.</p> <p>Classes are conducted primarily in English to immerse students in the language. However, the use of Japanese and dictionaries is allowed when necessary to aid comprehension and facilitate learning.</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、英語学習における生成 AI ツールの効果的な使用など</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 Staying at a hotel</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 trips</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 meetings</p>

	<p>第 12 回 Complaints: Complaining about mistakes, poor service, products, prices 第 13 回 Effective business presentations 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 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、国際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、以降代表取締役として経営を行う。2024 年 4 月に会社設立 10 周年を迎え、同社代表取締役社長 CEO に就任。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 ■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（Zoom） ■全体の内 2 回は対面講義を行います ■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	成績評価の方法 <ul style="list-style-type: none"> ■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） ■授業内での挙手発言 20% ■期末テスト 30% （スピーキングアセスメント） ■小テスト 10% （語彙クイズ） 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> 成績評価の基準 <ul style="list-style-type: none"> ・課題レポート：ディクテーション（英語音声の書き取り）とスピーキング（ご自身のスピーチ音声の提出）は、講義で説明する実施ポイントを踏まえ、毎週提出しているかを基準とする。 ・授業内での挙手発言：講義中のスピーキング、ディスカッションなど発話の機会に積極的に参加し、クラスに貢献しているかを基準とする。 ・期末テスト：講義や課題で練習してきた英語スピーチを、「構成、流暢さ、文法・語彙選択の精度、発音、社会文化的妥当性」等をどの程度維持しながら再現できるかを判断基準とする ・小テスト：英語学習の柱の一つである語彙力強化について、毎週指定された範囲から出され

	<p>る語彙クイズの点数で確認する（10点満点）。</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</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に対してスピーキングのアセスメントを実施</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>□日本語 ■英語 □（その他）</p>
<p>テキスト・参考文献等</p>	<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) 「シーンで学ぶ ビジネス英語のきほん」浅場真紀子 (著)、愛場吉子 (著) アスク出版 2024/4/26</p> <p>2) 「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>3) 「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>Additional materials may be shared in class.</p>
<p>特記事項</p>	<p>・教材配布の方法と課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <p>- Each week's homework and handouts will be posted for downloading on the class website.</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（月曜日の正午）です。</p> <p>- All the homework will need to be submitted 2 days before the next class (by Monday noon each week).</p> <p>・その他</p> <p>- 全日程のうち 2 日をオンラインと対面とのハイブリッド実施とします。ビジネス英語という科目の特性上、可能な限り対面でセッションにご参加されることを推奨いたします。</p> <p>- ご自身のスピーキング音声を録音するデバイス（スマートフォンや IC レコーダー）および、それを聞くイヤフォンが必要となります。Participants will need a recording device (smart phone or IC recorder etc.) to record their speaking voice and earphones.</p>

科目名	チームビルディングとリーダーシップ
科目ナンバリング	BS-MN5-3054
担当者	露木 恵美子、森尾 公仁子、井上 奈緒
履修条件	「リーダーシップコア」を履修済みあるいは履修中であること。「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：</p> <p>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。マネジメントのあり方に大転換が求められている正解のない時代、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集合体」としての力を高め創造的に解放していくかは重要な課題である。</p> <p>その課題に取り組むために、人間の行動メカニズムや自己認識のあり方、それがチームの関係性に与えている影響、組織としていかに学習していくか、組織の発達段階などを理解し、これからのリーダーとして、自分自身、メンバーや組織に対しどのように関わるのか、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）を行う。</p> <p>そのアクションラーニングを通じて新しい視野を獲得し、未来に向かって必要な「リーダーの力」とは何かについて深く考えることを目的とする。</p> <p>（本講義は、手法や技法を身に着けることを目的としていません。）</p> <p>◆到達目標：</p> <p>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、リーダーシップ変容のプロセスを、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影響を与えていくのか、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。</p> <p>この体験を通して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、未来志向で持論をまとめる。</p> <p>この科目では7つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す：◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワークキング力</p>
概要	<p>企業経営の大転換の時代において、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、チームとしてのリフレクションやコーチングの体験を通して、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、積極的な参加が必須である。</p> <p>具体的なプログラムについては、プレ講義にて説明をする。プレ講義での説明内容を理解したうえで第1回目に出席すること。</p>
授業計画	<p>第1回 イントロダクション、チームシステムの組織文化体験</p> <p>第2回 自己認識（1）強味、アクセル、自己認識（2）ブレーキ</p> <p>第3回 チームリフレクション（1）目標・ビジョン・ゴール</p> <p>第4回 チームリフレクション（2）チーム・システムを意図的に創造する</p>

- 第5回 チームリフレクション（3）人間の行動メカニズムを理解する
- 第6回 チームリフレクション（4）自己認識へのインパクトを体験する
- 第7回 中間リフレクションー学習する組織、成人発達理論の観点から
- 第8回 グループ課題に関する討議
- 第9回 チームリフレクション（5）自己認識とチームへのインパクトを探求する
- 第10回 チームリフレクション（6）ダイバーシティとコンフリクト（見えないカベを感じ、新しい価値創造を試みる）
- 第11回 チームリフレクション（7）関係性を可視化する・再構築する
- 第12回 チームリフレクション（8）心理的な壁・思考の壁を越えて、新たな価値創造を試みる
- 第13回 復習と総括（1）成長しつづける組織・チームを作るために大切なこと
- 第14回 復習と総括（2）自分が変わる、組織が変わる、社会が変わる

・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について

【森尾】1987年日本ロシュ、2002年中外製薬、2009年～ベーリンガーインゲルハイムにて、おもに企業変革とリーダーシップ開発分野に関わる。2022年からは IESE Business School in Spain リーダーシッププログラム Executive Coach も務める。絶え間ない変化の中、ひとが時代感の中で方向性を見出しながら、みずからの可能性を開花させ、個人として、組織として、変容を遂げていくプロセスを支援。2000年よりコーチングを学び始め、次世代リーダーのリーダーシップ開発、組織の集成的で潜在的な力の開発、成人発達の考え方をベースにした自己変革や組織変革、現場で変化が現実にも生まれるための「場」と「プロセス」の設計に注力。これまで約1000名を超えるリーダーやチームに関わる経験を活かし、講義では受講者自らを主体とした体験型の授業を提供する。

<保有資格>

国際コーチ連盟プロフェッショナル認定コーチ（PCC）

米国 CTI 認定プロフェッショナル・コアアクティブ・コーチ（CPCC）

米国 CRR Global 認定組織と関係性システムコーチ（ORSCC）

免疫マップ ファシリテーター

リーダーシップサークル認定コーチ（LCCP）

*ICF（国際コーチ連盟 International Coach Federation）の基準に則ったプログラムにより発行された資格を保有

【井上】

1992年日本リーバ B.V に入社。マーケティングやコンシューマーインサイトで、日本、アジア地域、グローバルのプロジェクトに貢献。

2008年プロコーチとして独立。その後コーチとして個人、組織の支援をしながら、TheLeadership Circle(TLC)、Team Diagnostic Assessment などを日本に導入した。関係性コーチ育成のトレーナー(CRR のファカルティ)も務めた。また、リーダーシップや関係性をテーマに日本と他国の智慧を交流させるプログラムで国内外で講演。日本で最初の TLC 認定ファカルティ。世界有数のビジネススクール IMD のアフィリエイトコーチ。

地球上のあらゆる存在の多様性があるままに輝くことを願い個人やチー

ムのリーダーシップの目覚めと成長を支援するために活動。企業や非営利組織のリーダー、次世代リーダーの育成や、チーム力の育成、組織文化の最適化のためのファシリテーションやコーチング、トレーニングを提供している。

	<p><保有資格> 国際コーチ連盟認定プロフェッショナルコーチ(PCC) TLC 認定プラクティショナー(TLCCP) CRR 認定組織と関係性システムコーチ(ORSCC) CTI 認定プロフェッショナルコーアクティブコーチ(CPCC) ポジティブ心理学 プラクティショナー マインドフルネス トゥ コーチングマスタリー 修了 トゥルー パーパス コーチング プログラム 修了 ホフステード文化診断、組織文化診断トレーニングプログラム修了 ホーガンアセスメント資格認定</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 ■リフレクションレポート（毎回、個人）30% ■グループワーク（チームへの貢献）30% ■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。</p> <p><評価基準> 1. この授業への貢献度（場の変化を生み出そうとアクションを起こしたか、 自走するチームとなるために貢献したか） 2. 自分自身を変えようと努力をしたか。 3. チームビルディング全般に関する理論の理解</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 ■授業時間外でも個別にコメント等のフィードバックを行う</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	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	ビジネス交渉術
科目ナンバリング	BS-MN5-3055
担当者	吉田 武史、高田 昭英、松本 慶、Christoph Rademacher
履修条件	特になし
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的：交渉における理論と経験の融合</p> <p>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</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力</p>
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、演習での経験を共有する。</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） レポート課題提出、個別相談（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>※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> <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>	<p>成績評価の方法</p> <p>■授業内での挙手発言 30% < 演習参加度 30%> ※講義・演習へ参加を前提とした、講義・演習内容でのクラスの学びに対する貢献度を基準とします。</p> <p>■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> ※演習後のグループディスカッションにおける、クラスの学びに対する貢献度を基準とします。</p> <p>■最終レポート 10% < 最終レポート課題> ※最終レポート課題で指定された設題に対する回答としての十分性を基準とします。</p> <p>■その他（ 授業前に提出する「交渉戦略分析シート」 ） 40% ※授業で指定される記載各項目の記載から伺える、検討の十分性を基準に評価します。</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（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</p> <p>■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。</p>

	<p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □(その他)</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：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） 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・ダイヤモンド著（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> <p>参考文献：開講時に指示します。</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の提示について</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。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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
科目ナンバリング	BS-MN5-3056
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うことができ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ことができる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> <p>この科目では7つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す:◎4:巻き込み力、○6:ネットワーキング力</p>
概要	<p>コーチングについて「知る」ことは、関連書籍を何冊か読むだけで可能だが、「できる」ようになるには高度な実践が求められる。コーチングという言葉が広く知られるようになった今日においても、コーチング技術をビジネスで効果的に活用している人は、残念ながら少数にとどまっている。本授業は、優れた受講生たちが集う学習環境を活用し、授業内の演習と授業外での実践を通じて、基本的なコーチング技術を実際に使いこなす力を養うトレーニングの場である。授業では「コーチングとは何か」「コーチングが効果を発揮する理由」「コーチングが万能ではない理由」を理解しながら、基本技術を身につけることを目指す。その成果は、受講生がコーチングを行う相手だけでなく、自身の成長にも直結する。この授業を終える頃には、基本的なコーチング技術を「使える」ようになり、ビジネスはもちろん、日常生活の様々な場面での有効な選択肢の1つとして活用できるよう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 「聞く」とは</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 具体化と抽象化</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 講師は企業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細胞研究財団アドバイザー。ソニー株式会社に12年間在籍（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担当した後、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> <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 □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 ■授業内での演習及びデモンストレーションへの積極的参加 10% ■授業内での積極的な「気づき」の共有 10% ■その他の授業内での積極的な挙手発言 10% ■最終レポート 40% ■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。</p> <p>・成績評価の基準 授業内での演習及びデモンストレーションへの積極的参加：演習及びデモンストレーションへの参加数、参加姿勢を評価基準とする 授業内での積極的な「気づき」の共有：積極的に共有された回数、他の受講生への貢献度を評価基準とする その他の授業内での積極的な挙手発言：積極的な発言数、他の受講生への貢献度を評価基準とする 最終レポート：コーチング技術の理解度を基準とする 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）、コーチング技術の習熟度を基準とする</p> <p>・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</p>

	<p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □(その他)</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <p>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	<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」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。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <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。

科目名	アントレプレナーシップの実践 【前期】
科目ナンバリング	BS-MN5-3057
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>新規事業の社会的な役割は、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、スタートアップ企業の特性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、新規事業では、社内外の人々を動かしていくことが求められる。そのためには、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、ご自身の中にある能力に気づくことで、「独自の視点、思考」を持つことができ、それが強力な武器となる。単に新規事業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>スタートアップ企業、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> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>2023年度より、授業名が「アントレプレナーシップの実践」(旧名称：ベンチャーファイナンス/アントレプレナーシップの実践)に変更となり、より授業内容に即した名称となっている。本講義は、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」を中心として授業をすすめていく。その中でも、新規事業/スタートアップ企業等における「独自の視点、思考」の構築が中心的なテーマとなる。</p> <p>スタートアップ企業と大企業との対比や、それらを理解するために、スタートアップ企業、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スタートアップ企業への投資、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、産業領域における変化等を含めた、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。</p> <p>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(特に失敗事例)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」を構築していく。</p>
授業計画	第1回 講義：「講義の概要と紹介」 第2回 講義：「ベンチャーキャピタル(VC)の役割」

	<p>副題：「スタートアップ企業を見つけ出し、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：「スタートアップ企業/新規事業の評価」</p> <p>第4回 講義：「VCが投資するスタートアップ企業」</p> <p>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」</p> <p>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」</p> <p>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」</p> <p>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」</p> <p>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」</p> <p>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>第15～16回 「補講①：希望者のみ」（授業中に説明しきれなかった部分の追加説明）</p> <p>第17～18回 「補講②：希望者のみ」（外部講師を招いた特別授業を予定）</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>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、スタートアップ企業への投資、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）</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（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）</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>（約半数の授業では教室での多面とオンラインを併用した Hybrid 授業も開催予定）</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 50%</p> <p>■グループワーク 20%</p> <p>■その他（最終発表） 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>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。</p> <p>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。基礎点に対して数倍の加点が付く場合もある。グループワークにおけ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グループワーク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。グループワークでは、グループ単位での評価でありグループ内のメンバーは同一の評価となる。</p> <p>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。</p> <p>各項目（課題レポート、グループワーク、最終発表）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（課題レポート、グループワーク、最終発表）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（講義内容以外の質問等も受け付ける）。 ■授業時間に限らず、Cplus等でフィードバックを行う。 <p>（授業で使用する言語）</p> <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
<p>テキスト・参考文献等</p>	<p>特になし（授業開始時に参考文献を提示する）</p>
<p>特記事項</p>	<p>ほとんどの授業がグループワークと講義がセットになっており、それぞれが持ち寄った課題レポートを元にグループワークを行い、グループ発表した後、関連した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、レポートの授業への反映やフィードバックの関係上、締め切り日は、講義開催日の2日前（M1では月曜日、M3では日曜日）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。 <p>（受講者の人数制限について）</p> <p>グループワーク、発表、講義がセットになっている為、授業の受け入れ人数の制限を設ける場合がある。ただし、2025年度より、M1（春）、M3（秋）と2回講義を行うことになった関係で適正人数に収まる可能性は高いと考えている。</p>

科目名	アントレプレナーシップの実践 【後期】
科目ナンバリング	BS-MN5-3057
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>新規事業の社会的な役割は、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、スタートアップ企業の特性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、新規事業では、社内外の人々を動かしていくことが求められる。そのためには、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、ご自身の中にある能力に気づくことで、「独自の視点、思考」を持つことができ、それが強力な武器となる。単に新規事業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>スタートアップ企業、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> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>2023年度より、授業名が「アントレプレナーシップの実践」(旧名称：ベンチャーファイナンス/アントレプレナーシップの実践)に変更となり、より授業内容に即した名称となっている。本講義は、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」を中心として授業をすすめていく。その中でも、新規事業/スタートアップ企業等における「独自の視点、思考」の構築が中心的なテーマとなる。</p> <p>スタートアップ企業と大企業との対比や、それらを理解するために、スタートアップ企業、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スタートアップ企業への投資、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、産業領域における変化等を含めた、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。</p> <p>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(特に失敗事例)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」を構築していく。</p>
授業計画	第1回 講義：「講義の概要と紹介」 第2回 講義：「ベンチャーキャピタル(VC)の役割」

	<p>副題：「スタートアップ企業を見つけ出し、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：「スタートアップ企業/新規事業の評価」</p> <p>第4回 講義：「VCが投資するスタートアップ企業」</p> <p>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」</p> <p>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」</p> <p>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」</p> <p>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」</p> <p>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」</p> <p>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>第15～16回 「補講①：希望者のみ」（授業中に説明しきれなかった部分の追加説明）</p> <p>第17～18回 「補講②：希望者のみ」（外部講師を招いた特別授業を予定）</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>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、スタートアップ企業への投資、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）</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（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）</p> <p>■平日夜間オンライン授業：ZOOM</p> <p>（約半数の授業では教室での多面とオンラインを併用した Hybrid 授業も開催予定）</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 50%</p> <p>■グループワーク 20%</p> <p>■その他（最終発表） 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>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。</p> <p>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。基礎点に対して数倍の加点が付く場合もある。グループワークにおけ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グループワーク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。グループワークでは、グループ単位での評価でありグループ内のメンバーは同一の評価となる。</p> <p>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。</p> <p>各項目（課題レポート、グループワーク、最終発表）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（課題レポート、グループワーク、最終発表）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（講義内容以外の質問等も受け付ける）。 ■授業時間に限らず、Cplus等でフィードバックを行う。 <p>（授業で使用する言語）</p> <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
<p>テキスト・参考文献等</p>	<p>特になし（授業開始時に参考文献を提示する）</p>
<p>特記事項</p>	<p>ほとんどの授業がグループワークと講義がセットになっており、それぞれが持ち寄った課題レポートを元にグループワークを行い、グループ発表した後、関連した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、レポートの授業への反映やフィードバックの関係上、締め切り日は、講義開催日の2日前（M1では月曜日、M3では日曜日）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。 <p>（受講者の人数制限について）</p> <p>グループワーク、発表、講義がセットになっている為、授業の受け入れ人数の制限を設ける場合がある。ただし、2025年度より、M1（春）、M3（秋）と2回講義を行うことになった関係で適正人数に収まる可能性は高いと考えている。</p>

科目名	グローバル経営戦略論
科目ナンバリング	BS-MN5-3151
担当者	犬飼 知徳
履修条件	「経営戦略論」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	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○5：資源動員力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>この講義は、複雑なグローバル経営戦略を理解するためにシンプルな枠組みを用いて頭を整理し、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。</p>
授業計画	<p>第1回 インTROD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ズ・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ズ・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」『リバーズ・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</p> <p>第11回 グローバル化とテクノロジーの進歩</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プレ講義で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>■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□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 20%</p> <p>■授業内での挙手発言 20%</p> <p>■プレゼンテーション 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>・<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>■授業時間内で講評・解説の時間を設ける</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：</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>犬飼知徳（2024）『グラフィック経営戦略論』新世社。</p> <p>参考文献：</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。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>
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。 <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	アジアビジネス論
科目ナンバリング	BS-MN5-3152
担当者	池部 亮
履修条件	「経営戦略論」を履修済みあるいは履修中であること。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	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、○2：戦略構想力、◎3：現状理解力、△7：コンプライアンス力</p>
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</p> <p>第2回 東南アジアの歴史と文化と社会の概況2</p> <p>第3回 テーマ研究発表アジア地域の1国を選んで国の経済概況などを10分程度で発表する</p> <p>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</p> <p>第5回 アジア地域の経済統合（ASEAN、RCEP、TPP など）1</p> <p>第6回 アジア地域の経済統合（ASEAN、RCEP、TPP など）2</p> <p>第7回 なぜ企業は海外展開するのか？プロダクトサイクルモデルなど</p> <p>第8回 なぜ企業は海外展開するのか？比較生産費などの観点</p> <p>第9回 中国リスクの検証1</p> <p>第10回 中国リスクの検証2</p> <p>第11回 日本企業のアジア進出の歴史</p> <p>第12回 日本企業のアジア進出の歴史（事例研究など）</p> <p>第13回 米中対立とデカップリング サプライチェーン再編の課題</p> <p>第14回 テーマ研究発表（1人10分）「特定国への企業進出の事例研究」</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>

	<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 <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 ■プレゼンテーション (1 回目 40%、2 回目 40%) 80% ■授業への積極的な参加・発言など加点 20% 合計 100% <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 (プレゼン) 80%、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> <ul style="list-style-type: none"> ■中間報告の講評・解説の時間を設ける <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □(その他)
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 に掲載するレジメに必ず目を通した上で出席すること。 ・各授業の復習に取り組むこと。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
科目ナンバリング	BS-MN5-3153
担当者	生稲 史彦
履修条件	「経営戦略論」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	<p>(科目の目的)</p> <p>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)</p> <p>講義の到達目標は2つある。</p> <p>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。</p> <p>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> <p>この科目では7つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す。</p> <p>○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、◎6：ネットワークング力、○7：コンプライアンス力</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 ※ハイブリッド開講</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 ※ハイブリッド開講</p> <p>第5回 ゲストB ※ハイブリッド開講</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 ※ハイブリッド開講</p> <p>第7回 ゲストC ※ハイブリッド開講</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 ※ハイブリッド開講</p> <p>第9回 ゲストD ※ハイブリッド開講</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 ※ハイブリッド開講 第11回 ゲストE ※ハイブリッド開講 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 ※ハイブリッド開講 第13回 ラップアップ 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、ゲストスピーカーのご予定、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</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 □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>■クラスへの貢献点 70% 評価基準：発問に対する応答、自身の意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度、などを評価する</p> <p>■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% ※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> <p>授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</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></p> <p>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 Cplus 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></p> <p>■毎回の講義前に C plus に掲載されたレジュメがある場合には、必ず目を通した上で出席すること</p>

科目名	技術開発マネジメント論
科目ナンバリング	BS-MN5-3154
担当者	生稲 史彦
履修条件	「経営戦略論」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	<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。具体的には、技術や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> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、○3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、6：ネットワークング力、7：コンプライアンス力</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、自社と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を分析する力を活かし、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、説明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回の講義の半分を説明と質疑応答に当て、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 <グループワーク> 自社、自業界における技術開発マネジメント</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 (1)–アーキテクチャという考え方–</p> <p>第8回 <ケース・ディスカッション></p> <p>第9回 他社との競争と協調 (2)–技術標準、技術ロードマップ–</p> <p>第10回 <ケース・ディスカッション></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></p> <p>第13回 イノベーションの実現に向けて</p> <p>第14回 <ケース・ディスカッション></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> <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>	<p>成績評価の方法</p> <p>■グループワーク 30%</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>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> <p><グループワーク> 30%</p> <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> <p><最終レポート> 70%</p> <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> <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>授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</p>

<p>テキスト・参考文献等</p>	<p><テキスト> 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.</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. 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. 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. 延岡健太郎(2006)「MOT 技術経営 入門」日本経済新聞出版社. 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. 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>
<p>特記事項</p>	<p><教材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」で配布し、履修確定後は「教材配布」で配布する。 講義3日までにアップロードする。</p> <p><課題・宿題の課題テーマの提示について> 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・ディスカッションを行う際には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> <p><準備学習について> ■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 ■講義中に提示する課題を必ず取り組むこと</p>

科目名	デジタル変革時代の経営戦略
科目ナンバリング	BS-MN5-3155
担当者	生稲 史彦
履修条件	「経営戦略論」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	<p>(科目の目的)</p> <p>この科目では、情報通信技術(ICT)と企業経営の関係を理解し、ICTを活用して競争優位を築くための戦略を構想する力を養うことを目的とする。具体的には、現在のデジタル変革時代に企業が提供している製品やサービス、ビジネスモデルと戦略について理解し、新たに構想することを目指す。</p> <p>(到達目標)</p> <p>この講義では、まず、ICTがいかに企業経営に利用され、企業経営を変えてきたのかを理解する。つぎに、その理解の上に立って、現在のICT活用の事例と、ICT分野ならではの考え方や実践を読み解くために、知識と考え方を身につける。最終的には、過去と現在のICT利用に関する理解を踏まえ、自社と自身がデジタル変革時代に合致した経営戦略を構想し、実践する力を涵養する。</p> <p>この科目では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、2：戦略構想力、◎3：現状理解力、4：巻き込み力、◎5：資源動員力、6：ネットワークング力、7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>現代は情報通信技術 (ICT) が企業経営の様々な局面で利用され、企業経営、とくに経営戦略を変えている、「デジタル変革の時代」である。このデジタル変革時代について、ICTを活用したビジネスの現状と発展過程、Big Tech (Google, Apple, Facebook, Amazon など)の影響などを概観する。こうした現状の理解を踏まえて、その背後の論理や、重要な要因について、経営学の概念と枠組を使って考えていく。</p> <p>ICTの分野では、新しいフレーズやスローガンが次々に提唱されている。だが、新しい動向を冷静に読み解き、変化の本質を捉えることが必要である。そのために必要な視点、概念や分析視角を経営学が提供できると考える。そこで、ICTと企業経営に関する研究成果を紹介しながら講義を進めていく。最終的には、ICTと企業経営に関する知識を活かし、将来の技術動向に合致した経営戦略を構想し、自らが変化を先導してゆけるようになることを目指す。</p>
授業計画	第1回 デジタル化と企業経営 第2回 <グループワーク> 我が社のICT活用とその課題 第3回 経営情報システムの変遷 第4回 <ケース・ディスカッション> インターネット・ビジネス 第5回 ICTと企業の競争優位 第6回 <ケース・ディスカッション> 情報システムの組織的活用 第7回 情動的経営資源のマネジメント 第8回 <ケース・ディスカッション> ICTを活用した業界変革 第9回 プラットフォームという考え方 第10回 <グループワーク> データ利活用の課題と可能性

	<p>第 11 回 コンテンツビジネス/ 柔軟なビジネスモデルの発想 第 12 回 < ケース・ディスカッション > ICT を活用した新規事業開発 第 13 回 ユーザの役割 第 14 回 < ショート・プレゼンテーション > デジタル変革時代の経営戦略 ※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> <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>
<p>成績評価の 基準と方法</p>	<p>成績評価の方法 ■グループワーク 30% ■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> <p>ICT と企業経営の関係に関する知識を使って身につけ、自ら考え、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> <p><グループワーク> 30% 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> <p><最終レポート> 70% デジタル変革時代の経営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。知識の確かさに加えて、レポートに含まれた考察が論理立てられていれば、良とする。さらに、独自の論点や提案があれば、内容に応じて優以上の評価を与える。</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> <p>授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）</p>

<p>テキスト・参考文献等</p>	<p><テキスト> 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。 (毎回レジュメを配布する)</p> <p><参考文献> 網倉久永、新宅純二郎 (2011)『経営戦略入門』日本経済新聞出版。 高井文子(2018)『インターネット・ビジネスの競争戦略-オンライン証券の独自性の構築メカニズムと模倣の二面性-』有斐閣。 立本博文 (2017)『プラットフォーム企業のグローバル戦略』有斐閣。</p> <p>※その他の参考文献については、講義中に適宜紹介する。</p>
<p>特記事項</p>	<p><教材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」で配布し、履修確定後は「教材配布」で配布する。 講義 3 日までにアップロードする。</p> <p><課題・宿題の課題テーマの提示について> 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・ディスカッションを行う際には 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> <p><準備学習について> ■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	サプライチェーンマネジメント
科目ナンバリング	BS-MN5-3156
担当者	加藤 弘貴
履修条件	「経営戦略論」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	<p>科目の目的：サプライチェーンのビジネスプロセスを統合的に管理しようとするサプライチェーンマネジメントの考え方を学ぶとともに、サプライチェーン最適化に向けたロジスティクス・情報流の方向と課題、企業間協働を通じたロジスティクスの改善事例・改善手法を理解することを目的とする。</p> <p>到達目標：サプライチェーンの最適化に向けた、企業間の取引・物流・情報流の改善方策について計画・評価できるようになることを目標とする。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力</p>
概要	<p>企業の供給活動はサプライチェーン全体の観点から捉えることが重要となっている。講義ではサプライチェーンマネジメントについて、企業間協働・垂直連携の意義を学ぶとともに、供給活動の基軸となる物流ネットワーク、在庫管理、輸配送管理のあり方、情報システム、物流取引条件のテーマごとに、主な論点を確認し、方策等をディスカッションしていく。サプライチェーンマネジメント/ロジスティクスは実学であり、消費財の小売業、卸売業、メーカーの取組み事例を取り上げる。</p>
授業計画	<p>第1回 講義の概要紹介：サプライチェーンマネジメントとロジスティクス 第2回 国の物流政策とサプライチェーンにおける垂直連携吐水平連携 第3回 企業間協働1：企業間協働の意義・進め方 第4回 企業間協働2：企業間協働の取組事例 第5回 物流ネットワーク設計1：物流拠点の適正配置 第6回 物流ネットワーク設計2：物流センターの機能タイプと展開 第7回 在庫最適化1：在庫評価・サイクル在庫・安全在庫 第8回 在庫最適化2：返品・余剰在庫の発生理由と削減方策 第9回 輸配送効率化1：輸配送の頻度・ロット・リードタイムの調整 第10回 輸配送効率化2：輸配送効率化の取組事例 第11回 情報連携1：EDIの現状と課題、標準化 第12回 情報連携2：需要データの情報共有 第13回 サプライチェーン最適化に向けた物流取引制度の設計 第14回 SCM/ロジスティクス事例研究グループ発表・ディスカッション</p> <p>・教員の実務経験と授業との関連性について 公益財団法人流通経済研究所専務理事として 国および民間企業の 消費財流通サプライチェーン最適化プロジェクトに従事</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 ・(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
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 30% ■グループワーク 40% ■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。 ・グループワーク：ロジスティクス事例研究において、講義で取り上げた項目・分析視点を用いて情報を整理し、評価ができていないか。 ・最終レポート：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。 ・課題（グループワークやレポート等）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 ・授業で使用する言語 <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <p>参考文献：</p> <p>『製・配・販連携協議会-報告資料』流通経済研究所 [参考URL] https://www.gs1jp.org/forum/</p> <p>『流通情報システム化の動向』流通システム開発センター 『Supply Chain Management』Shopra, Meindl (Prentice Hall)</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。 ・授業1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>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。 ・提示する課題に必ず取り組むこと。

科目名	ベンチャービジネス論
科目ナンバリング	BS-MN5-3157
担当者	新藤 晴臣
履修条件	「経営戦略論」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	<p>【科目目的・到達目標】 (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」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（企業家）活動」と訳され、一般に創業・起業のための活動を意味する。</p> <p>また本科目では中でも、既存企業による新事業創出活動である「コーポレート・アントレプレナーシップ」について深く議論する。これらの活動の具体例としては、1990年代の「社内ベンチャー」が代表的であるが、既存企業による、スタートアップ投資である「コーポレート・ベンチャー・キャピタル」や「アクセラレータープログラム」も含まれる。</p> <p>なおその他に、本科目では大学の技術により操業する「大学発ベンチャー」などの最新の議論についても、議論を行う。</p> (到達目標) 本講義は、以下の2点を到達目標とする。 <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。 <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、◎7：コンプライアンス力</p>
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 アントレプレナーシップの国際比較</p> <p>第2回 アントレプレナーシップの理論（経済学的アプローチ）</p> <p>第3回 アントレプレナーとは何か</p> <p>第4回 アントレプレナーシップの理論（経営学的アプローチ）</p> <p>第5回 ケース1：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6回 ケース1：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7回 コーポレート・アントレプレナーシップ(1)：イントラプレナーとコーポレート・ベンチャーリング</p> <p>第8回 コーポレート・アントレプレナーシップ(2)：戦略的アントレプレナーシップとイノベーション</p> <p>第9回 ケース2：コーポレート・ベンチャーリングのケース(1)：（グループ討議）</p> <p>第10回 ケース2：コーポレート・ベンチャーリングのケース(2)：（個別討議・まとめ）</p>

	<p>第 11 回 大学発ベンチャーと産学連携 第 12 回 ソフトバンクのコーポレート・アントレプレナーシップ 第 13 回 ライブケース：創業から上場まで(1) (グループ討議) 第 14 回 ライブケース：創業から上場まで(2) (個別討議・まとめ)</p> <p>※第 13 回、第 14 回については、外部講師による講演を予定しております。</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、□その他 () ・(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 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。 ・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。 ・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 ・授業で使用する言語 <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □(その他)
テキスト・参考文献等	<p>テキスト： 『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> <p>参考文献： 『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> <ul style="list-style-type: none"> ・テキスト以外の配布資料は、C plus で配布を行う。 <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"> ・ケースの課題は、授業内で指示する。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。

科目名	中小企業論
科目ナンバリング	BS-MN5-3158
担当者	鹿住 倫世
履修条件	「経営戦略論」を履修済みあるいは履修中であること。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	<p>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、データや企業事例を通じて学修し、理解する。特に、大企業とファミリービジネスの違いについて学ぶ。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○4：巻き込み力、○5：資源動員力、○6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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、人材や資金など経営資源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、中小企業の事例を題材に、経営資源の制約を克服して市場で存続し、時に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。</p>
授業計画	<p>第1回 イン트로ダクション：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 中小企業の組織マネジメント、人材育成</p> <p>第8回 ファミリービジネス</p> <p>第9回 中小企業の事業承継（1）</p> <p>第10回 中小企業の事業承継（2）</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（1）</p> <p>第14回 中小企業政策（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 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>本務校：専修大学商学部（中小企業経営Ⅰ・Ⅱ、起業と経営ほか担当） 大学院商学研究科（中小企業論特論Ⅰ・Ⅱ担当）</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 ・(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>	<ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の方法 ■授業内での挙手発言 30% ■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>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 ・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、Cplus等でフィードバックを行う ・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>	<p>テキスト：なし。毎回、パワーポイントで作成した資料を配布する。</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 加藤・福嶋・宇田（2023）『中小企業・スタートアップを読み解く』有斐閣
<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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回授業前にC plusに掲載する資料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、ディスカッションに参加するため、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
科目ナンバリング	BS-MN5-3159
担当者	真野 俊樹
履修条件	「経営戦略論」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	<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> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、◎4:巻き込み力、◎5:資源動員力、◎6:ネットワーキング力</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:医療ビジネス概要 外部講師 第9回:医療ビジネス詳細 外部講師 第10回:学生からの課題発表(1) 第11回:学生からの課題発表(2) 第12回:学生からの課題発表(3) 第13回:学生からの課題発表(4) 第14回:学生からの課題発表(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 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</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 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>■授業貢献度（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>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</p>
テキスト・参考文献等	<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ダリティ」（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>
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</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
科目ナンバリング	BS-MN5-3160
担当者	真野 俊樹
履修条件	「経営戦略論」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	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>この科目では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、○2:戦略構想力、○3:現状理解力、◎4:巻き込み力、◎5:資源動員力、◎6:ネットワークキング力</p>
概要	<p>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倍にもなる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。</p>
授業計画	<p>第1回:自己紹介、高齢社会概要 第2回:地域包括ケア 第3回:ワークショップ 第4回:議論 第5回:外部講師 街づくりについての課題提出 第6回:外部講師 街づくりについての課題議論 第7回:外部講師 高齢化対応についての課題抽出 第8回:外部講師 高齢化対応についての課題議論 第9回:学生からの課題発表(1) 第10回:学生からの課題発表(2) 第11回:学生からの課題発表(3) 第12回:学生からの課題発表(4) 第13回:学生にからの課題発表(5) 第14回:学生にからの課題発表(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> <p>・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■プレゼンテーション</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。 ■授業貢献度 (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 ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □(その他)
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト 必要に応じて授業内で指示</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>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	ヘルスケア産業論
科目ナンバリング	BS-MN5-3161
担当者	真野 俊樹
履修条件	「経営戦略論」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	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、◎4:巻き込み力、◎5:資源動員力、◎6:ネットワーキング力</p>
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。介護分野ももはや10兆円産業である。本講義ではフィ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 ■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。 ■授業貢献度 (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 ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □(その他)
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト: 「新たな医療危機を超えて」(日本評論社)</p> <p>参考文献は適宜紹介する。</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</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	Strategic Management and Global Leadership
科目ナンバリング	BS-MN5-3162
担当者	木村 剛
履修条件	「経営戦略論」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	<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 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> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、4：巻き込み力、○5：資源動員力、△6：ネットワークキング力、△7：コンプライアンス力</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 adapt to rapidly changing environments but also strategy implementation and 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 Class 2: Strategic Management vs. Management Strategy Class 3: Strategic Management & Leadership Class 4: Case-1 Yamato Transport -Foundation- Class 5: Case-1 Yamato Transport -Business Model Conversion- Class 6: Management Strategy Class 7: Project-1 Presentation Class 8: External Environment Analysis Class 9: Internal Environment Analysis</p>

	<p>Class 10: Integrated Analysis & Strategic Options Class 11: Comprehensive Discussions Class 12: Case-2 Panasonic -Foundation & Business Model Conversion- Class 13: Project-2 Presentation Class 14: Course Summary</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>・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>
<p>成績評価の 基準と方法</p>	<p>・成績評価の方法 ■課題レポート 30% ■授業内での挙手発言 30% ■プレゼンテーション 40% 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: 30%, Class participation 30%, 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>「課題レポート」と「プレゼンテーション」の評価基準 「課題レポート」 Depth and validity of the analysis, reflection tied to his/her own experience, verbalization of opinion 分析の深さと妥当性、自分の経験と紐づけた内省、自分の考えの適切な言語化 「プレゼンテーション」 分析の深さと妥当性、分析と知識背景にもとづく提案、プレゼンテーションとしての表現 Depth and validity of the analysis, proposals based on analysis and academic knowledge,</p>

	<p>delivery of the message</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 ・ 授業で使用する言語 <p>□日本語 ■英語 □（その他）</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：No textbook is 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
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、毎回、課題ペーパーの提出が求められます。 <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"> ・ 毎回の授業後にその日の「気づき・学び」を言語化してまとめ、次回授業時にグループもしくはペアで共有する ・ 2回のプレゼンテーションの内容は、第1回授業で提示する

科目名	戦略特別研究（ヘルスケアビジネスと政策の展望）
科目ナンバリング	BS-MN5-3163
担当者	渡辺 英克
履修条件	「経営戦略論」を履修済みあるいは履修中であること。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。コーポレートファイナンスの知識は初学者レベルで十分。
科目の目的 ・到達目標	<p>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。とりわけインプリケーション、意味付けに重きを置いた授業とする。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○4：巻き込み力、○5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、○7：コンプライアンス力</p>
概要	担当者は日本を代表する証券アナリストとして、25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 医療保険制度の問題の所在、政策の方向性と妥当性、四季報の見方</p> <p>第3回 医療保険制度の問題の所在、政策の方向性と妥当性についての総括</p> <p>第4回 介護保険制度並びに介護ビジネスの現状と可能性、上場廃止について</p> <p>第5回 調剤薬局の現状と可能性、財務分析、決算短信の見方</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 第1回レポート発表会、合同討議</p> <p>第8回 医療ITの現状と可能性</p> <p>第9回 医療機器の現状と課題、財務分析</p> <p>第10回 新たなビジネスチャンスについて</p> <p>第11回 ケーススタディ（異業種参入）</p> <p>第12回 ケーススタディ（過去の成功事例、停滞事例）</p> <p>第13回 第2回レポート発表会</p> <p>第14回 2040年に向けた展望</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～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</p>

	<p>1995年～ヘルスケアセクター担当 2000年～2020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 2019年～現在：みずほ証券株式会社エクイティ調査部長</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 ・(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
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 35% ■授業内での挙手発言 30% ■最終レポート 35% 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 <ul style="list-style-type: none"> 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 授業貢献度（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ますか ・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 ・授業で使用する言語 <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <p>参考文献：</p> <p>『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</p> <p>『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</p> <p>『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</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	マーケティング・リサーチ
科目ナンバリング	BS-MN5-3251
担当者	土田 尚弘
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	<p>(科目の目的) 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) 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> <p>この科目では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 ○2：戦略構想力 ◎3：現状理解力 ○5：資源動員力</p>
概要	<p>この授業では、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だけではなく、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 第2回 リサーチの種類とプロセス 第3回 リサーチの企画と調査票作成 第4回 リサーチ結果の解釈 第5回 リサーチ実習1 企画 第6回 リサーチ実習2 調査票作成 第7回 リサーチデータの活用1 ワークショップ 第8回 リサーチデータの活用2 アイデア発想 第9回 インタビュー調査の準備</p>

	<p>第 10 回 インタビュー調査実習 第 11 回 リサーチ実習 3 集計・分析 第 12 回 リサーチ実習 4 結果の解釈 第 13 回 リサーチ実習 5 プレゼンテーション※受講者と相談の上、対面開講の予定 第 14 回 リサーチ実習 6 ディスカッションとまとめ※受講者と相談の上、対面開講の予定</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マーケティングリサーチ経験と企業に対して行った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</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 □リッカー、□タブレット端末、□その他 () ※授業中に、Google フォームを使い、即時に学生の反応を把握しながら授業を進めていきます。</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 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。</p> <p>・課題レポート 講義の際には、毎回レポート、または授業内で課題が課されます。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。</p> <p>・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。課題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。</p> <p>・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。</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、Cplus 等でフィードバックを行う ・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>	<p>テキスト：なし</p> <p>参考文献：</p> <p>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</p> <p>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> <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</p>
<p>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"> ・中央大学のメールアドレスを使用しますので受講時には個人で確認をしてください。 ・履修確定後は3日前までに授業の資料を配布します。 ・講義時に配布する教材もあります。 <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、授業中に提示します <p>（３）準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ■毎回授業前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。 ■講義で出た課題については必ず取り組むこと。 □その他() <p>（４）教員と受講者間の連絡方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実習の際に一部メールを使ったやりとりが教員と生じます。 その際には個人や会社のメールアドレスではなく、中央大学のメールアドレスを使用することを推奨します。 ・グループワークでは受講者間のやりとりも多くなるので、お互いにスムーズに連絡できる環境（メール、Slack、LINE など）を準備しておいてください。

科目名	マーケティング・コミュニケーション
科目ナンバリング	BS-MN5-3252
担当者	大西 浩志
履修条件	正課生は「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。「ブランド戦略論」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> 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、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計画・実施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 ・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 <p>この科目では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、○2：戦略構想力、◎3：現状理解力</p>
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。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とはー消費者との関係性構築</p> <p>第2回 グループワーク課題発表</p> <p>第3回 コミュニケーション戦略</p> <p>第4回 カスタマーインサイト（カスタマージャーニーとペルソナ）</p> <p>第5回 ゲスト・スピーカー①</p> <p>第6回 コミュニケーション計画（表現計画、媒体計画）</p> <p>第7回 デジタルマーケティング①SNS、インフルエンサー・マーケティング</p> <p>第8回 ゲスト・スピーカー②</p> <p>第9回 デジタルマーケティング②コンテンツ・マーケティング</p> <p>第10回 デジタルマーケティング③AI、ロボティクス</p> <p>第11回 コミュニケーション計画の実行と管理</p> <p>第12回 グループワーク中間発表</p>

	<p>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> <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 ■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"> ■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% ■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>※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> <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、Cplus 等でフィードバックを行う <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <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 ・岸志津江、田中洋、嶋村和恵(2024) 『現代広告論 第 4 版』 有斐閣アルマ
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。

<ul style="list-style-type: none">・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">・授業にて提示する宿題に必ず取り組むこと。・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

科目名	ヘルスケアマーケティング
科目ナンバリング	BS-MN5-3253
担当者	真野 俊樹
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	<p>(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。</p> <p>(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</p> <p>この科目では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、○2:戦略構想力、◎3:現状理解力、◎7:コンプライアンス力</p>
概要	<p>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。</p>
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</p> <p>第2回:ヘルスケアマーケティング詳細</p> <p>第3回:外部講師 マーケティング概論</p> <p>第4回:外部講師 マーケティング概論</p> <p>第5回:外部講師 ヘルスケアマーケティング論</p> <p>第6回:外部講師 ヘルスケアマーケティング論</p> <p>第7回:テキストから課題抽出</p> <p>第8回: テキストから課題議論</p> <p>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)</p> <p>第10回:アジアでの消費の課題の議論(2)</p> <p>第11回:学生からお課題発表(1)</p> <p>第12回:学生からの課題発表(2)</p> <p>第13回:学生からの課題発表(3)</p> <p>第14回:学生からの課題発表(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</p>

	<p>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> <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 <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。 <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"> ■授業貢献度（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 <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：「わかりやすいメディカルマーケティング」（中外医学社） 「消費大陸アジア」（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） 「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>

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こととする。

準備学習について

- ・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。
- ・課題に必ず取り組むこと。

科目名	ブランド戦略論
科目ナンバリング	BS-MN5-3254
担当者	阿部 誠
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	<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する能力を付ける。</p> <p><到達目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・マーケティング戦略で学習した理論的枠組みをブランド戦略に適用するための分析的なフレームワークを身に付ける。 ・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。 <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、4：巻き込み力、○5：資源動員力</p>
概要	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、グローバル経営においてもその重要性は増大している。本講義では、ブランド戦略の各論を理解し、データ収集、分析方法を学ぶことによって、調査・分析を実践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。
授業計画	<p>第1回 ブランド目標</p> <p>第2回 ブランド戦略プロセス： グローバル企業のケーススタディ</p> <p>第3回 消費者行動</p> <p>第4回 リサーチ</p> <p>第5回 セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング</p> <p>第6回 プロダクト</p> <p>第7回 プライシング</p> <p>第8回 コミュニケーションと広告</p> <p>第9回 プロモーション</p> <p>第10回 流通と営業</p> <p>第11回 テストとコントロール</p> <p>第12回 企業ブランド、グローバルブランド、ブランドポートフォリオ</p> <p>第13回 グループ・プレゼンテーション</p> <p>第14回 総括</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> <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：</p> <p>■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：50%</p> <p>評価基準：課題に対して、論理性と分析力をもって解答する。</p> <p>■授業内での挙手発言：20%</p> <p>評価基準：発言の頻度と発言内容、理解度</p> <p>■プレゼンテーション：30%</p> <p>最終課題のグループワークによるプレゼンテーションの内容</p> <p>評価基準：分析力、ブランド価値創造への考察、ブランド価値向上戦略</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、Cplus 等でフィードバックを行う</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 <input type="checkbox"/>英語 <input type="checkbox"/>（その他）</p>
テキスト・ 参考文献等	<p><テキスト></p> <p>『新版 マーケティング・サイエンス入門：市場対応の科学的マネジメント』 古川一郎・守口剛・阿部誠（著）、有斐閣</p> <p><参考書></p> <p>『大学4年間のマーケティングを10時間でざっと学べる』 阿部誠（著）、KADOKAWA</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><ディスカッションについて></p> <p>・課題は、授業日前日までにポータルに提出すること。</p> <p><プレゼンテーションについて></p> <p>・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。</p>

科目名	マーケティング特別研究（B to Bマーケティング）
科目ナンバリング	BS-MN5-3255
担当者	庭山 一郎
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	<p>【科目の目的】 B2B マーケティングの概論、フレームワークなどが実務の世界でどう活用されているかを学び、それを実際に現場で運用していく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. B2B 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 B2B 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 <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力</p>
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 B2B 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、B2B 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 B2B マーケティングの欧米とのギャップ</p> <p>第2回 B2B における STP と価値の再定義（DoV）</p> <p>第3回 マーケティング近視眼と PMF</p> <p>第4回 マーケティング近視眼に関するディスカッション</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ディスカッション</p> <p>第7回 デマンドセンター、MOps から RevOps</p> <p>第8回 デマンドセンターに関するディスカッション</p> <p>第9回 デマンドウォーターフォールモデルと基本設計</p> <p>第10回 B2B マーケティングの基本設計に関するディスカッション</p> <p>第11回 B2B マーケティングのツール選定 MA・SFA</p> <p>第12回 ツールの選定と運用に関するディスカッション</p> <p>第13回 ABM と PRM の理論と実践</p> <p>第14回 B2B マーケティング部門のマネジメントと進化</p> <p>（実務経験） 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>

	<ul style="list-style-type: none"> ・ディスカッション ・平日夜間オンライン授業：ZOOM・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 □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：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。 ・成績評価の基準 <ul style="list-style-type: none"> ■課題レポート：毎回授業後のミニットペーパーの提出。理解できたこと、できなかったことを明確にする。疑問点を残さない。 ■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。・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、Cplus 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>『儲けの科学』庭山一郎著（日経 BP 社：2024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 ・授業開始前から履修申請期間は Cplus 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2日前を目安にアップロードする <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 『儲けの科学』庭山一郎著（日経 BP 社：2024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	マーケティング特別研究（ニューロマーケティング）
科目ナンバリング	BS-MN5-3256
担当者	萩原 一平
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	<p>【科目の目的】 応用脳科学の基礎知識（ビジネスで役に立つ神経科学、心理学、行動科学等の知識）を習得し、マーケティング、R&D、HRM、DE&I 等に応用する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. 人の脳の機能・役割等に関する基礎的な知識を習得する 2. 獲得した知識や知見を、自社製品（サービス）のマーケティング、設計開発に活用することができる 3. さらに、獲得した知識や知見を、HRM、DE&I 等、自らがかわるさまざまなビジネスシーンに適用することができる <p>この科目では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、○2：戦略構想力、◎3：現状理解力、△4：巻き込み力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>欧米では、脳科学、認知科学、心理学等の専門知識を有する人材（Ph.D 取得者）を擁する企業が多く、応用脳科学（神経科学、認知科学、心理学、行動科学等）の知識や知見はビジネスにおいても活用されている。一方、日本では、そもそも Ph.D 取得者は減少傾向であり、特定の領域を除きそのような専門知識を有する人材（Ph.D 取得者）が少なく、そのような人材を十分に擁する企業も少ない。必然的に、応用脳科学の知識や知見が活用される機会も少ない。</p> <p>本講義では、マーケティングをはじめ、さまざまなビジネスシーンにおいて役に立つ応用脳科学の知識を学ぶだけでなく、現場で活用できるスキルを身につけるため、自らの脳を使って、自らの消費者や顧客、さらにチームメンバーの脳、心を客観的に理解するためにディスカッションの場を設けて学習する。</p>
授業計画	<p>第1回 なぜ脳の機能や働きを学ぶ必要があるのか</p> <p>第2回 五感の機能と役割</p> <p>第3回 脳から考える意思決定と行動の仕組みⅠ</p> <p>第4回 脳から考える意思決定と行動の仕組みⅡ</p> <p>第5回 脳から考える消費者・サービス利用者Ⅰ</p> <p>第6回 脳から考える消費者・サービス利用者Ⅱ</p> <p>第7回 研究開発と脳科学Ⅰ</p> <p>第8回 研究開発と脳科学Ⅱ</p> <p>第9回 脳から考える DX</p> <p>第10回 脳科学と AI の融合</p> <p>第11回 脳から考える人材育成、組織作り</p> <p>第12回 脳から考える DE&I</p>

	<p>第 13 回 先端科学技術と ELSI (倫理的・法的・社会的課題) I 第 14 回 先端科学技術と ELSI (倫理的・法的・社会的課題) II</p> <p>(実務経験)</p> <p>1978 年～1991 年 三菱電機株式会社で設計開発等 1991 年～1997 年 株式会社日本総合研究所で環境分野を中心に調査研究、コンサルティング等 1997 年～現在 株式会社 NTT データ経営研究所で脳科学の産業応用を中心にコンサルティング、研究開発支援ほか 2010 年～現在 応用脳科学コンソーシアムの設立、運営等</p> <p>(アクティブ・ラーニング要素)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ディスカッション ・平日夜間オンライン+対面授業：ZOOM・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 □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：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>・成績評価の基準</p> <ul style="list-style-type: none"> ■課題レポート：毎回授業後のミニットペーパーの提出。理解できたこと、できなかったことを明確にする。疑問点を残さない。 ■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。・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、Cplus 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> 講義ごとに当日の講義資料を配付</p> <p><参考></p> <p>『脳科学がビジネスを変える：ニューロイノベーションへの挑戦』萩原一平 (日本経済新聞社：2013 年)</p> <p>『ビジネスに活かす脳科学』萩原一平著 (日本経済新聞社：2015 年)</p> <p>『思考と行動が早くなる仕事脳の使い方：「脳科学」の研究からわかった潜在能力の高め方』萩原一平著 (日本能率協会マネジメントセンター：2018 年)</p>

科目名	キャリア管理論
科目ナンバリング	BS-MN5-3351
担当者	荻野 勝彦
履修条件	「人的資源管理論」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	<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> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、○4:巻き込み力、○5:資源動員力、○6:ネットワーキング力、○7:コンプライアンス力</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。近年、双方の意図や資源配分などのミスマッチが拡大し、リスクリングやキャリア自律が求められる中、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クシヨン・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：クランボルツ、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、受講者の関心など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かたわら、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（2024年よりトヨタ自動車に在籍のまま出向して専任）。2022年～現在、東京地方裁判所にて労働審判員業務に従</p>

	<p>事。2023年～現在、(一社)日本キャリアデザイン学会会長。これらの経験等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> <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(体験型ワーク)、□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 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: 発言の積極性、意見表明の明確性、発問に対する応答内容などを総合的に評価します。</p> <p>グループワーク: 議論参加の積極性、建設的な議論への貢献、他の学生と協調して学ぶ態度など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、Cplus等でフィードバックを行う <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □(その他)
テキスト・参考文献等	<p>指定のテキストはありません。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
科目ナンバリング	BS-MN5-3352
担当者	池田 心豪
履修条件	「人的資源管理論」を履修済みあるいは履修中であること。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> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、◎4:巻き込み力、◎7:コンプライアンス力</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</p>

	<p>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> <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、□その他（ ） ・(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 30% ■期末試験 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。 (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。) ・成績評価の基準 <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> ・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、Cplus等でフィードバックを行う ・授業で使用する言語 <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □(その他)
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> <ul style="list-style-type: none"> ○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』 ○佐藤博樹・松浦民恵・高見具広著『働き方改革の基本』 ○坂爪洋美・高村静著『管理職の役割』 ○武石恵美子・高崎美佐著『女性のキャリア支援』 ○矢島洋子著『仕事と子育ての両立』 ○池田心豪著『仕事と介護の両立』 <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> <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	人的資源特別研究（管理職の役割と部下マネジメント）/管理職の役割と部下マネジメント
科目ナンバリング	BS-MN5-3353
担当者	安藤 史江
履修条件	「人的資源管理論」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	<p>目的：企業における管理職の役割を知り、効果的なマネジメントとはどのようなものであるかを理解する。</p> <p>目標：習得した知識やスキルをもとに、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> <p>この科目では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、○2：戦略構想力、○3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、○6：ネットワークング力、◎7：コンプライアンス力</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（ミドルマネジャー）を主とする。企業におけるミドルマネジャーは、トップマネジメントと従業員の結節点の役割を担うとともに、部下の働きを通じて、業績を推進する役割を担う。このようなミドルマネジャーの役割や行動を、多面的に検討し、望ましいミドルマネジャーの行動はどのようなものであるかを考える。また、多様な部下への対応、キャリア支援、働き方への配慮など、現代において注目されるようになったマネジメント行動についても検討も行い、理論を理解しながら実践できることを目指す。</p>
授業計画	<p>第1回 ガイダンス、および、企業における管理職とは</p> <p>第2回 管理職に関する諸研究と歴史的変遷</p> <p>第3回 リーダーシップ論との関係</p> <p>第4回 ミドルマネジメントとトップマネジメント</p> <p>第5回 ワークマネジメント</p> <p>第6回 モチベーションへの働きかけ</p> <p>第7回 コミュニケーションとパフォーマンス</p> <p>第8回 チーム・マネジメント</p> <p>第9回 ラーニング、育成のマネジメント</p> <p>第10回 多様性を活かす組織づくり（年齢やバックグラウンドの違い）</p> <p>第11回 多様性を活かす組織づくり（ワーク・ライフ・バランス）</p> <p>第12回 これからの管理職のあり方を探る</p> <p>第13回 グループによる成果発表</p> <p>第14回 振り返りと全体のまとめ</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（ ）
<p>成績評価の 基準と方法</p>	<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> <ul style="list-style-type: none"> ■授業内での挙手発言 20% ■グループワーク 15% <グループワークへの貢献> ■プレゼンテーション (PBL の要素含む) 25% ■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"> ・授業貢献度 (授業内での挙手発言) (20%) 間違ってもいいので、積極的に質問・発言していただきたい。 発言の頻度と受講者全員の理解促進への貢献を評価する ・グループワークでの貢献 (15%) グループワークやディスカッションにおける貢献を評価する ・プレゼンテーション (25%) 授業で学習したことをもとに、職場や自身の働き方に関するさまざまな課題をグループ内で 選択し、 その改善・解決方法の提案をしていただく。 実務と理論の架橋に関する到達度、および、課題の深掘り度を評価する ・最終レポート (40%) 授業内容の正しい理解、論理性、独自性を軸に評価する ・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 <input type="checkbox"/>授業時間に限らず、Cplus 等でフィードバックを行う ・授業で使用する言語 ■日本語 <input type="checkbox"/>英語 <input type="checkbox"/> (その他)
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト：なし (適宜、事前に配布資料)</p> <p>参考文献</p> <p>『リーダーを育てる会社 つぶす会社 グロービス選書』ラム・チャランほか (英治出版、2004)</p> <p>『マネジャーの実像』H. ミンツバーグ (日経BP社、2011)</p> <p>『コア・テキスト組織学習』安藤史江 (白桃書房、2019)</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） 『職場がうまくいかないときの心理学 100 チームリーダーにおくるマネジメント・ガイド』 芦高勇氣・安藤史江・伊東昌子・渡辺めぐみ（有斐閣、2023）
特記事項	講義内容は原則授業日の3日前までに Cplus にて配布する 毎回授業前に Cplus に掲載するレジュメに目を通したうえで出席すること 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（Cplus 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（ ）

科目名	人的資源特別研究（日本の労働法政策）
科目ナンバリング	BS-MN5-3354
担当者	濱口 桂一郎
履修条件	「人的資源管理論」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	<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> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎7：コンプライアンス力</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クション、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>

	<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 ■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 ・成績評価の基準 課題レポート：考察の深さ、分析の独自性を評価する 授業貢献度（授業内での挙手発言）：発言頻度、内容の深さを評価する ・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 ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：濱口桂一著『日本の労働法政策』（労働政策研究・研修機構）</p> <p>参考文献：講義で都度紹介する</p>
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ■予習・復習等の準備学習について 毎回、上記テキストの当該部分に目を通していただくこと。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いただくことが望ましい。 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。 ■教材配布の方法について 教材については、受講者宛に直接メールで配付します。 プレ講義において、私のメールアドレスを伝えるので、そのアドレス宛に「教材希望」というメールを送っていただいた方に、教材を送ります。 ■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。

科目名	インベストメントと企業リスク管理
科目ナンバリング	BS-MN5-3451
担当者	人見 健
履修条件	「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」（本科目では、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>本科目では、企業価値評価や投資の経済性評価に関わる実践的知識を習得し、企業の経営管理職位層※1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「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>本科目では、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> <p>本科目では7つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す</p> <p>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>
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、本科目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（公開企業の企業価値評価演習）</p> <p>第7回 企業価値評価（3）： グループワーク（公開企業の企業価値評価演習）</p> <p>第8回 投資の経済性評価： 事業投資における評価手法とリスク管理</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 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 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 第13回 最終プレゼンテーション(事業ポートフォリオに関するケーススタディ): チームプレゼンテーション(前半) 第14回 最終プレゼンテーション(同上): チームプレゼンテーション(後半)</p> <p><input type="checkbox"/> 教員の実務経験と授業との関連性について 担当教員が、M&Aアドバイザー会社、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><input type="checkbox"/> 1999年8月～2010年10月: 株式会社KPMG FAS <input type="checkbox"/> 2010年10月～2013年4月: 株式会社ローランド・ベルガー <input type="checkbox"/> 2013年5月～2016年7月: 新日本有限責任監査法人 <input type="checkbox"/> 2016年8月～2018年3月: フロンティア・マネジメント株式会社 <input type="checkbox"/> 2018年4月～2019年8月: パナソニック株式会社 <input type="checkbox"/> 2019年9月～2025年3月: 株式会社NTTデータ経営研究所 <input type="checkbox"/> 2020年12月～: 未来経営パートナーズ合同会社</p> <p><input type="checkbox"/> アクティブ・ラーニングの実施内容 ■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><input type="checkbox"/> (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()</p>
成績評価の 基準と方法	成績評価の方法 ■課題レポート 30% ■授業内での挙手発言 15% ■グループワーク 15% ■プレゼンテーション 40% 合計 100% 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% ② 最終プレゼンテーション: 評価ウェイト 40%(40%内訳、定量分析 20%、定性分析 10%、個人点 10%) 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% ・成績評価の基準

	<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（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、Cplus 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： 毎回、レジュメを配布する。</p> <p>参考文献：</p> <p>朝岡大輔、砂川仲幸、岡田紀子著、『ゼミナール コーポレートファイナンス』 日本経済出版本部、2022 年、ISBN：978-4532135249</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>
<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。 ・授業中は公開情報・データを使用した計算問題等の演習時間も多く、極力事前に予習をしておくこと習得がスムーズである。 ・講義最終日（第 13 回・14 回）にはチームによるプレゼンテーションを予定している。事前にチーム内で準備を行うこと。 ・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。 <p>教員との連絡手段</p> <p>Cplus に記載された教員メールアドレス宛、個別に連絡をすること。</p>

科目名	リアルオプションと企業戦略
科目ナンバリング	BS-MN5-3452
担当者	服部 徹
履修条件	「企業会計とファイナンスの基礎」を履修済みあるいは履修中であること。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> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力</p>
概要	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。
授業計画	<p>第1回 不確実性下の戦略的意思決定</p> <p>第2回 金融のオプションとその価値の考え方</p> <p>第3回 従来の設備投資の意思決定</p> <p>第4回 様々なリアルオプションとその考え方</p> <p>第5回 基本的なオプション理論</p> <p>第6回 【演習】延期オプションの評価</p> <p>第7回 【演習】拡大・中止オプションの評価</p> <p>第8回 【演習】段階オプションの評価</p> <p>第9回 【演習】リアルオプション分析と意思決定の支援</p> <p>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</p> <p>第11回 事例分析：エネルギー産業における応用</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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>

	<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"> ・成績評価の方法 <ul style="list-style-type: none"> ■課題レポート 30% ■授業内での挙手発言 20% ■プレゼンテーション 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。 ・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 <ul style="list-style-type: none"> (1)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。 (2)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 <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、Cplus 等でフィードバックを行う ・授業で使用する言語 <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
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</p> <p>[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] 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 : 4-478-21039-X</p> <p>[4] ジョージ・ストーク, Jr.& アシシュ・アイヤー[2017], 「戦略オプションの3つの活用法」 DIAMOND ハーバード・ビ</p>

	<p>ジネス・レビュー2017年1月号</p> <p>[5] 湊隆幸[2022]『人生のリアルオプション 仕事と投資と人生の「意思決定論」入門』BOW BOOKS, ISBN:978-4-502-44131-8</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。 ・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
科目ナンバリング	BS-MN5-3453
担当者	荒川 研一
履修条件	「企業会計とファイナンスの基礎」を履修済みあるいは履修中であること。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	<p>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つけること。データサイエンスの大まかな流れを理解すること。</p> <p>到達目標：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。実務においてデータサイエンス利活用を企画できるようになること。</p> <p>この科目では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、○2：戦略構想力、◎3：現状理解力、△4：巻き込み力、◎5：資源動員力、6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力、</p>
概要	<p>ビジネス上の意思決定では、金融工学の知識や発想が効果を発揮する場面がある。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。</p> <p>講義の前半では、外国為替などを例に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。</p> <p>講義の後半では、貸出審査を例にスコアリングモデルと呼ばれる統計モデル構築方法を学ぶ。さらに、金融でもデジタルイゼーションが進んでおり、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金融データマーケティングを体験してもらう。</p> <p>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。</p>
授業計画	<p>第1回 イントロダクション（講義内容の説明、派生商品・金融データサイエンスの概要）</p> <p>第2回 派生証券の紹介、派生証券価格理論の概要、先渡取引・オプション取引</p> <p>第3回 二項ツリーによる派生証券価格評価(1)：理論</p> <p>第4回 二項ツリーによる派生証券価格評価(2)：演習</p> <p>第5回 リスクヘッジのしくみと実践</p> <p>第6回 仕組金融商品及び証券化商品の概要及びリスク・リターン考察</p> <p>第7回 信用リスクの評価方法</p> <p>第8回 スコアリングモデル構築演習(1)：データ外観、統計モデル基礎</p> <p>第9回 スコアリングモデル構築演習(2)：モデル構築及び評価</p> <p>第10回 リアルオプションの概要</p> <p>第11回 金融データサイエンスの概要</p> <p>第12回 金融データマーケティング</p> <p>第13回 派生証券利用の失敗例に学ぶ</p> <p>第14回 課題の発表、講義のまとめ</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 株式会社りそなホールディングス 株式会社りそな銀行 金融イノベーション研究所 所長、(リスク統括部金融テクノロジーグループ プリンシパル) 一般社団法人 日本金融・証券計量・工学学会理事 一般社団法人 CRD 協会 第三者モデル評価委員</p> <p>1991年～ あさひ銀行（現りそな銀行入社後）営業店、市場営業部勤務 1997年～ 経営管理部（現リスク統括部）にてリスク管理業務に従事 2022年～ 現職</p> <p><主な担当業務></p> <ul style="list-style-type: none"> ・派生商品評価モデルの開発及び検証 ・市場、信用、オペレーショナルリスク計測モデルの構築・開発 ・信用スコアリングモデルの開発及び検証 ・機械学習を用いた新商品開発 <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（ ）、□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 40% ■授業内での挙手発言 30% ■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。 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。 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】 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</p>

	<p>の時間を設ける。</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：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。 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 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』</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）。</p> <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C plusの「講義照会」で配布する。</p> <p>・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> <p>課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <p>・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。</p> <p>準備学習について</p> <p>・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。</p> <p>・講義で出た課題については必ず取り組むこと。</p> <p>・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。</p>

科目名	ファイナンス特別研究 (CFO 論)
科目ナンバリング	BS-MN5-3454
担当者	石橋 善一郎
履修条件	「企業会計とファイナンスの基礎」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	<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組織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を念頭に置いて</p>

	<p>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。 会計の知識に自信がない人でも受講可能。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、△7：コンプライアンス力</p>
<p>概 要</p>	<p>『最先端の経営管理を実践する FP&A ハンドブック』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> <p>① 財務諸表の基礎知識：貸借対照表と損益計算書の読み方と使い方 ② 経営管理組織(FP&A 組織)：グローバル企業と日本企業 ③ 外部・内部環境の分析と2つの戦略と戦略形成プロセス ④ 経営管理プロセス：計画プロセスと統制プロセス ⑤ マネジメントコントロールシステム (MCS) ⑥ 意思決定会計：関連情報と固定費 ⑦ 投資プロジェクトに関する意思決定</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> <p>① 財務諸表の基礎知識：貸借対照表と損益計算書の読み方と使い方 ② 経営管理組織(FP&A 組織)：グローバル企業と日本企業 ③ 外部・内部環境の分析と2つの戦略と戦略形成プロセス ④ 経営管理プロセス：計画プロセスと統制プロセス ⑤ マネジメントコントロールシステム (MCS) ⑥ 意思決定会計：関連情報と固定費 ⑦ 投資プロジェクトに関する意思決定</p>
<p>授 業 計 画</p>	<p>第1回 経営管理(FP&A) とは何か：グローバル企業と日本企業における経営管理 第2回 FP&A プロセスとは何か 第3回 経営管理者は損益計算書と貸借対照表をどのように読み、どのように使うべきか (1) 第4回 経営管理者は損益計算書と貸借対照表をどのように読み、どのように使うべきか (2) 第5回 外部環境と戦略の分析 第6回 経営管理プロセス (1) 第7回 経営管理プロセス (2)</p>

	<p>第 8 回 経営管理プロセス：統制プロセス (1) 第 9 回 経営管理プロセス：統制プロセス (2) 第 10 回 マネジメントコントロールシステム (MCS) :MCS の 4 つの輪 (1) 第 11 回 マネジメントコントロールシステム (MCS) :MCS の 4 つの輪 (2) 第 12 回 意思決定会計：関連情報と固定費の分析 第 13 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、感度分析とシナリオ分析 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>アクティブ・ラーニング要素の明示 <input 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> <p>(ICT を活用した) 双方型授業の実施の場合、その旨をシラバスに明示 ■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>
<p>成績評価の 基準と方法</p>	<p>・成績評価の方法 ■課題発表スライド 10% ■授業内での挙手発言 10% ■最終レポート 80%</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>・成績評価の基準 ■授業内での挙手発言：質問に対する意見表明 ■最終レポート：『FP&A の 12 の原則』および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 ■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、Cplus 等でフィードバックを行う <input type="checkbox"/>その他 ()</p> <p>・授業で使用する言語 ■日本語 <input type="checkbox"/>英語 <input type="checkbox"/> (その他)</p>

<p>テキスト・参考文献等</p>	<p>テキスト 1：石橋善一郎 『最先端の経営管理を実践する FP&A ハンドブック』、中央経済社、2021 年 (ISBN978-4-502-50501-0)</p> <p>テキスト 2：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 1：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 (ISBN978-4-50</p>
<p>特記事項</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 セミナーの進行役）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日本支部 President 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>事前事後学習の具体的な内容の明示</p> <p><input type="checkbox"/>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</p> <p><input type="checkbox"/>授業終了後の課題提出、<input type="checkbox"/>その他（ ）</p>

科目名	グローバル経営法務
科目ナンバリング	BS-MN5-3551
担当者	吉田 愛
履修条件	「経営法務概論」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	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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。</p>
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が。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>・教員の実務経験と授業との関連性について</p>

	<p>2001年からー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 共栄セキュリティーサービス（株） 社外監査役</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>■授業内での挙手発言 30%</p> <p>■グループワーク 20%</p> <p>■プレゼンテーション 20%</p> <p>■最終レポート 30%</p> <p>合計 100%</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。</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> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</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> <p>参考文献：参考文献については適宜紹介する</p>
特記事項	<p>・教材配布の方法について</p> <p>C plus を通じ原則として講義 3 日前に配布する。</p> <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>・準備学習について</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> <p>・課題・宿題の課題テーマの提示について</p> <p>授業ごとの課題・宿題がある場合については、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	知的財産戦略と法実務
科目ナンバリング	BS-MN5-3552
担当者	小坂 準記
履修条件	「経営法務概論」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	<p>(科目の目的)</p> <p>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) 知財戦略の検討能力、(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)</p> <p>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> <p>この科目では7つの能力のうち以下の能力の涵養を目指す:◎7:問題発見・解決力、○3:現状理解力、△4:巻き込み力、◎7:コンプライアンス力</p>
概要	<p>概要 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。</p> <p>後半では受講者に具体的な知財戦略の検討をしてもらい、課題レポートを作成の上、プレゼンテーションをしてもうことを予定している。</p>
授業計画	<p>第1回 イン트로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 知的財産と知的財産権（特許、商標、著作権等の違い）</p> <p>第3回 著作権の基礎知識と実務</p> <p>第4回 「ネット炎上」時代の「引用」の使いこなし方</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 ウェブビジネスからみる知財戦略</p> <p>第7回 映像ビジネス・ゲームビジネスからみる知財戦略</p> <p>第8回 生成AIからみる知財戦略</p> <p>第9回 独禁法の基礎知識と実務（1）</p> <p>第10回 独禁法の基礎知識と実務（2）</p> <p>第11回 ライセンス契約の実務(1)</p> <p>第12回 ライセンス契約の実務(2)</p> <p>第13回 （演習）知財戦略の検討 知財戦略の具体的な検討・プレゼンテーション（1）</p> <p>第14回 （演習）知財戦略の検討 知財戦略の具体的な検討・プレゼンテーション（2）</p> <p>※受講者数やゲスト講師のスケジュール等によって、内容やスケジュールが変更することがある。</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：</p>

	<p>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
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% ■プレゼンテーション 20% ■授業内での挙手発言 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。 <p>【課題レポート：60%】 知財戦略の検討を行い、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。</p> <p>【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。</p> <p>【授業貢献度（授業内での挙手発言）：20%】 出席の頻度、授業中の発言、質問の回数・内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題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。 ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・参考文献等	<p>参考文献等 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"> ・教材は Cplus で配布する。 ・予習・復習等の準備学習について 特に必要はない。 ・授業ごとの課題は特に提示する予定はない。 ・課題レポート 1回のみ。テーマは「自らが興味ある知財戦略の研究・分析」とし、レポート作成期間は1か月程度確保できるようにする。

科目名	対行政のビジネス法務
科目ナンバリング	BS-MN5-3553
担当者	杉浦 宣彦、保井 俊之、小林 香
履修条件	「経営法務概論」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	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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講師陣や財務省の尾担当官をゲストを加え、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。</p>
授業計画	<p>第1回 イン트로ダクション</p> <p>第2回 行政法基礎と行政の仕組み</p> <p>第3回 「行政の変遷と経済へのインパクト」(ゲスト・有識者)</p> <p>第4回 「規制や社会の変化に企業はどう対応すべきか」(ゲスト・有識者)</p> <p>第5回 「行政と民間企業—行政は民間企業とどのように協働するのか・できるのか」(客員教授)</p> <p>第6回 「行政への働きかけをどう行うべきか」(客員教授)</p> <p>第7回 「環境問題と政策の変遷」(客員教授)</p> <p>第8回 「環境ビジネスと行政」(客員教授)</p> <p>第9回 自律し持続可能な地域社会に向けて(財務省)</p> <p>第10回 国有財産制度と国有財産の有効活用(財務省)</p> <p>第11回 社会イノベーションと行政・行政ルール(1) (元行政官・大学教員)：社会イノベーションの理論</p> <p>第12回 社会イノベーションと行政・行政ルール(2) (元行政官・大学教員)：イノベーションの実践 とルールメイキング</p>

	<p>第 13 回「地方創生支援の取組」（財務省） 第 14 回 「税務行政を取り巻く課題」（財務省）</p> <p>（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。）</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 担当講師はすべて、行政官、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。 ・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、□その他（ ） ・（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（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 ）
<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 <ul style="list-style-type: none"> ■授業内での挙手発言 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>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った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"> ・成績評価基準 <ul style="list-style-type: none"> —授業内での挙手発言：講義への参加・貢献度、受講態度の状況を基準とする。 —最終レポート：出されたレポート課題についてどのような態勢・対応が有効か講義の内容を理解し、反映させた形になっているか ・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 ■必要に応じ授業時間に限らず、Cplus 等でフィードバックを行う

	<p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □(その他)</p>
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>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"> ・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
科目ナンバリング	BS-MN5-3554
担当者	近藤 圭介
履修条件	「経営法務概論」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	<p>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、労働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。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、◎7：コンプライアンス力</p>
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</p> <p>第5回 特殊な労働時間・年次有給休暇</p> <p>第6回 労災・安全配慮義務</p> <p>第7回 パワハラ</p> <p>第8回 セクハラ、マタハラ、パタハラ、LGBT</p> <p>第9回 労働契約における権利義務</p> <p>第10回 労働契約の終了（解雇等）</p> <p>第11回 休職、懲戒、企業再編</p> <p>第12回 同一労働同一賃金</p> <p>第13回 近年の労働行政</p> <p>第14回 労働紛争の解決手続</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>

	<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% ■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。 ・成績評価の基準 最終レポート：80%（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：20%（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） ・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。 ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <p>参考図書：森戸英幸『プレップ労働法（第7版）』（弘文堂、2023年）、TMI 総合法律事務所労働法プラクティスグループ『人事担当者のための採用から退職までの実務 Q&A100』（労務行政、2021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 特に必要はない。 ・授業ごとの課題は特に提示する予定はない。

科目名	M&Aと契約・デューデリジェンス/M&Aと事業・組織再編
科目ナンバリング	BS-MN5-3555
担当者	吉田 愛、阿部 克巳
履修条件	「経営法務概論」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	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>この科目では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、◎7：コンプライアンス力</p>
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） 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。 （吉田） 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()
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% ■グループワーク 30% ■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。 <p>・成績評価の基準</p> <p>授業内での挙手発言：授業での発言や質問がクラス全体の学びにつながった回数とその度合い。授業の最後のレポートで授業によっていて程度の理解と実務的感覚が養えたか。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題や試験(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、Cplus等でフィードバックを行う <p>授業の進度による柔軟に対応したい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □(その他)
テキスト・参考文献等	<p>テキスト・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。 <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	金融市場と法
科目ナンバリング	BS-MN5-3556
担当者	杉浦 宣彦
履修条件	「経営法務概論」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	<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> <p>この科目では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、◎7:コンプライアンス力</p>
概要	銀行法、金融商品取引法、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。
授業計画	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
	・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>大学卒業以降、HSBC や JP モルガンで、実際の金融業務や新たな金融ツールの開発、さらに法務・コンプライアンスを含む様々な業務を経験、さらに金融庁で研究官として立法行政にも関わり、現在も金融庁等の委員会メンバーや様々な金融機関へのアドバイス等も行っている。</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"> ■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（ ）
<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 <ul style="list-style-type: none"> ■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% ※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（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>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押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> <ul style="list-style-type: none"> ・成績評価基準 <ul style="list-style-type: none"> —授業内での挙手発言：講義への参加・貢献度、受講態度の状況を基準とする。 —グループワーク：講義の内容を理解したうえで、建設的なビジネスモデルや解決策の提示ができているか。 —最終レポート：出されたレポート課題の内容について、講義の内容や自分の調査を通じて適切な回答を出していること。 ・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 ■必要に応じ、授業時間に限らず、Cplus 等でフィードバックを行う ・授業で使用する言語 <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<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。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）』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>
<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。

	<ul style="list-style-type: none">・履修確定後は、「教材配布」で配布する。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none">・毎回事前に掲示されるレジユメに必ず目を通してから出席すること。・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が、その場合、講義 1 週間前に提示する。
--	---

科目名	特別講義（実践・変革マネジメント論）
科目ナンバリング	BS-MN5-3651
担当者	松江 英夫
履修条件	特になし
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的：本講義では、実践的な変革のフレームワークやコンセプトをもとに、企業の持続的成長に向けた組織変革、とりわけ自らが平時から変わることができる”自己変革”の方法論と実務上のエッセンスを習得することを目的とする。自己変革をし続ける組織であるための包括的アプローチ、および、グローバル化、M&A、デジタル化、イノベーション等の文脈に沿った実践的アプローチを習得することで、企業変革における問題解決能力の向上を目的とする。</p> <p>到達目標：理論や事例研究を体系的に理解し、それらを各自が所属する企業・組織に当てはめて考え、問題点の分析・解決アプローチと実践的施策を、自らが考え出し提案できる力を養うことを最終目標とする。また、講義中に経営トップを招き本格的な対論を通して、より経営的見地から問題意識を持ち、自ら組織変革を考察できる視点を併せて養成する。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワークング力、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>持続的成長は企業の本質的な命題である。その実現のためには変革マネジメント力が不可欠である。昨今、グローバル競争、情報のデジタル化、国内市場の成熟化など激変する市場環境において、全ての企業は急速な自己変革に迫られている。業界再編、外国企業を巻き込んだM&A、次世代向け産業創出、事業のイノベーションなど、将来の生き残りや持続的成長に向けて企業を変革する実践方法に改めて関心が向けられている。</p> <p>それに対して、従来の企業変革論は、変革のプロセスに着目するアプローチやビジョン・戦略論など特定領域を中心に論じられることが多いが、実際の企業変革の現場においては、変革プロセスのみならず経営組織全体のメカニズムを俯瞰し、動的な変化のシナリオを見通す視点を持つことなくしては成功をもたらすことは出来ない。多くの企業が変革に失敗しているのは、これらの全体構想力、いわばグランドシナリオの欠如と、それを実践する上で動的な変革プロセスを加速させる仕掛けの欠如によるものが多い。</p> <p>「実践・変革マネジメント論」では、上記の問題意識に基づき、「持続的成長できる組織は自己変革力を有している」という見解に立ち、変革を「経営組織メカニズム」と「変革プロセス」という2つの座標軸で捉え、変革局面における実務的課題と対処法を導き出すことを志向する。また、変革を動的に持続させる上でのキードライバーとして「3つの連鎖（9つの結節点）」を提唱し、市場、組織内、時間軸という3つの観点から組織に持続的变化を巻き起こす仕掛けをいかに作るかについて、多くの事例に基づく実務的知見を深めることを試みる。</p> <p>本講義では、変革に関する実践的フレームワークや分析アプローチの解説を基調に、企業や組織を変革してゆくための方法論を習得する。加えて、企業が直面する主たる変革テーマ（M&A、グローバル化、イノベーション等）における実務課題と具体的解決策を議論する。更には、変革を成功に導いた企業の経営トップを招聘し、受講生との直接の対話（ダイアログ）を通じ</p>

	<p>て、経営のリーダーシップや変革のダイナミズムを体感する機会を提供する。こうした独自の理論やアプローチの考察、実践的な事例の研究、経営者との直接対話による洞察など多面的方法を取り入れることで、企業変革に関するアプローチの体系化と実務的知見の深化を追求する。</p>
<p>授 業 計 画</p>	<p>【「変革マネジメント論」に関する理論的アプローチ概論】</p> <p>第1回「実践・変革マネジメント論」の問題意識の共有</p> <p>第2回 「変革論」を巡る理論的枠組みの考察</p> <p>変革論に関係する組織論、変革プロセス論の理論的アプローチ</p> <p>第3回 「実践・変革マネジメント論」のアプローチ</p> <p>第4回 「自己変革」できる組織の方法論</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営変革フレームワーク、3つの連鎖と9つの結節点 <p>【テーマ別研究：コンテキスト（文脈）別、経営変革の事例考察】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・組織イノベーション（イノベーションを興し続ける自己変革型組織） <p>第5回経営変革アジェンダとしての組織イノベーション</p> <p>第6回・組織イノベーションのフレームワーク（”3つの連鎖”の応用）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デジタル化における組織変革(DX) <p>第7回両極化時代に求められるデジタル経営とは何か</p> <p>第8回デジタルトランスフォーメーションの本質、変革上の課題と処方箋</p> <ul style="list-style-type: none"> ・M&A /ポスト M&A（合併・買収、クロスボーダーM&A等） <p>第9回 M&A の基本プロセスと成功の要諦</p> <p>第10回ポスト M&A・・・M&A後の自己変革マネジメント</p> <p>【実践的ケーススタディー：トップマネジメントが語る経営変革論】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・グループワークによるケーススタディー <p>第11回 グループワークに基づく各チームのプレゼンテーション</p> <p>第12回プレゼンテーション内容に関する全体討議</p> <p>経営トップとの直接対話（ワークショップ）</p> <p>第13回経営トップによるプレゼンテーション</p> <p>第14回経営トップを交えた質疑応答・全体討議・「変革マネジメントの要諦」</p> <p>*経営トップ等の第一線のゲストスピーカーを招聘する。スピーカー一人当たり2コマ分の時間を費やし、経営者視点からの企業変革の講義、受講生との直接対話を通じたフリーディスカッション形式で議論を深めるアプローチをとる。</p> <p>教員が受講生全員からの質問を受け付け、個別に解説する。</p> <p>*上記計画は、招聘する経営トップとの日程調整、講演テーマによって、全体が流れるように前後のトピックや構成を入れ替える可能性があります</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

	<p>20 年以上に及ぶ経営コンサルティング業界（経営戦略・組織改革領域）における実務経験や社外ネットワーク、及び、自らがプロフェッショナルファーム経営の執行者である実務経験に基づく経験を活かして授業を展開する。</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"> ■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（経営トップとの直接対話） ・（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
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 20% ■最終レポート 80% <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、およびディスカッションでの発言頻度、内容など授業への主体的な貢献度を総合的に評価する。割合としては主にレポートの内容の評価を重視する。レポートのテーマについては、「自らの組織をいかに変革するか」といった、本講義終了後に直ぐに実践に結びつくような内容に関して深く洞察することを期待している。</p> <p>主体参画度 20% レポート 80%</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 <ul style="list-style-type: none"> ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ・授業で使用する言語 <ul style="list-style-type: none"> ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・参考文献等	<p>教科書：「自己変革の経営戦略」（ダイヤモンド社、松江英夫著：2015 年）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「脱自前の日本成長戦略」（新潮社、松江英夫著：2022 年） ・「両極化時代のデジタル経営」（ダイヤモンド社 デロイトトーマツグループ 松江英夫監修 2020 年 8 月） <p>参考書：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「ポスト M&A 成功戦略（ダイヤモンド社、松江英夫、2008 年）」 ・「クロスボーダーM&A 成功戦略（2012 年：松江英夫。共著。ダイヤモンド社）」 ・60 分でわかる！ ビジネスフレームワーク（2019 年 ビジネスフレームワーク研究会（著）、松江 英夫（監修））
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。 <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 2 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	特別講義（金融行政とその課題）
科目ナンバリング	BS-MN5-3652
担当者	繁本 賢也、光武 敬志、杉浦 宣彦
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、「金融市場と法」、「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	<p>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。</p> <p>到達目標：金融行政の現状と課題を知ることで、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。</p> <p>この科目では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、○7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>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規制への対応策を考える機会となるだろう。</p>
授業計画	<p>第1回 イントロダクション 「金融行政と金融庁の目的」</p> <p>第2回 イントロダクション 「わが国の金融の実情」</p> <p>第3回 金融モニタリング</p> <p>第4回 金融危機への対応策</p> <p>第5回 地域金融機関の動向</p> <p>第6回 地域金融の課題と新たな取り組み</p> <p>第7回 保険業をめぐる最近の動向</p> <p>第8回 新たな資金決済の仕組みと規制</p> <p>第9回 金融経済教育の推進</p> <p>第10回 資産運用立国への取り組み</p> <p>第11回 国際金融規制の概要</p> <p>第12回 国際金融規制をめぐる最近の動き</p> <p>第13回 今後の展望とまとめ（1） 金融市場をめぐる</p> <p>第14回 今後の展望とまとめ（2） 今後の金融規制のあり方</p> <p>（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。）</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>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金融庁幹部職員である。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクティブ・ラーニング要素 ■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。） ・（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 ■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 ■授業内での挙手発言 20% ■最終レポート 80% <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>授業への出席状況を含む、授業貢献度（授業内での挙手発言）（20%）ならびに期末のレポート内容（80%）を総合的に評価する。</p> <p>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。</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 ■必要に応じ、授業時間に限らず、Cplus 等でフィードバックを行う ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
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。</p> <p>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。

科目名	特別講義（ヘルスケア制度・行政論）
科目ナンバリング	BS-MN5-3653
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「ヘルスケア制度・行政論」では、ヘルスケアビジネスを取り巻く環境や制度・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：ヘルスケア分野をとりまく環境（経済・社会指標の動向）、制度の概要、現在抱えている社会課題、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> <p>この科目では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、△2：戦略構想力、◎3：現状理解力、△7：コンプライアンス力</p>
概要	ヘルスケア行政・制度論では、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。
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と概要</p> <p>第3回 医療提供体制を巡る最近の改革動向①</p> <p>第4回 医療提供体制を巡る最近の改革動向②</p> <p>第5回 診療報酬制度の仕組みと改定のプロセス、最新の動向</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 変わりゆく介護保険制度①（地域密着型サービス）</p> <p>第12回 変わりゆく介護保険制度②（介護人材）</p> <p>第13回 地域包括ケアシステムと在宅医療・介護連携</p> <p>第14回 地域包括ケアシステム・地域共生社会におけるビジネスの可能性と地域づくり</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」</p> <p>【田極春美（医療分野担当）】 都市銀行勤務、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）】 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> <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 ※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> <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 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>課題レポート 70%+授業貢献度（授業内での挙手発言） 30% 評価は二人の講師により行う。</p> <p><評価基準> 授業貢献度（授業内での挙手発言）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。 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。 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> <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>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □(その他)</p>
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</p> <p>堀勝洋編「社会保障読本第三版」東洋経済新報社</p> <p>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</p> <p>「<地域包括ケア研究会>報告書</p>
特記事項	<p>教材配布の方法について</p> <p>・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）。</p> <p>課題テーマの提示について</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</p> <p>・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。</p>

科目名	フィールドラーニング（戦略1）
科目ナンバリング	BS-MN5-3655
担当者	竹田 陽子
履修条件	この科目は M2 と M3 の両方を履修するものとする。受講生全員がケース企業と秘密保持契約を結ぶ必要がある。
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的：現実の企業のケースを深掘りし、ケース企業の課題と潜在可能性を発見し、CBSでこれまで学んできた知識を活かして戦略策定、事業プランの提案に取り組むことによって、実際に現場で使える知識（Knowledge into action）へと変換する。</p> <p>到達目標：チェンジ・リーダーとして現実の課題と潜在可能性に対して、説得力と創造性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</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>現実の企業の課題と潜在可能性を生かしたケース教材として、履修者とケース企業が協力して、今後10年を見据えた全社戦略と事業プランを提示する。M2とM3の連続授業であるが、前半のM2は、インプットフェーズとして、自社と業界の現状分析、顧客の理解、財務分析など多角的な視点から検討し、ケース企業の現状と顧客の潜在ニーズを踏まえた新規事業、または既存事業のリニューアルを提案する。</p> <p>2025年のケース企業は、島村楽器株式会社。</p>
授業計画	<p>第1回・第2回 音楽ビジネスと島村楽器の現状分析(1) 第3回・第4回 音楽ビジネスと島村楽器の現状分析(2) 第5回・第6回 顧客の理解 (1) 第7回・第8回 顧客の理解 (2)・提供価値 第9回・第10回 財務分析・収益モデル 第11回・第12回 組織・経営資源とエコシステム 第13回・第14回 中間発表 (M2の最終発表)</p> <p>※授業のスケジュールはケース企業の事情、講演者の都合、グループワークの進捗によって変更することがあります。</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、■フィールドワーク</p> <p>・(ICTを活用した) 双方型授業の実施 ■土日対面授業実施</p>
成績評価の基準と方法	<p>・成績評価の方法 ■課題発表 30% ■最終発表 (M2最後の中間発表) 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） 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>※この科目は相対評価ではなく、絶対評価となります。</p> <p>・課題・最終発表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>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語</p>
<p>テキスト・ 参考文献等</p>	<p>テキスト：なし</p> <p>参考書：講義にて紹介する</p>
<p>特記事項</p>	<p>秘密保持契約（NDA）について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全受講生はケース企業と秘密保持契約を締結する必要がある。 ・受講生の所属企業が楽器流通専業の場合は、ケース企業が秘密保持契約締結を断る可能性がある。そのケースあてはまりそうな場合は、事前に教員まで問い合わせてください。 <p>スケジュールについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ケース企業の事情、講演者の都合、グループワークの進捗によって講義内容のスケジュールを変更することがある。 ・授業時間外に聞き取り調査や現地調査を行う場合がある。 <p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・この科目ではケース企業の社員も参加するため、資料配布は Cplus ではなく情報共有ツール（使用アプリは授業開始時に通知）を通して行う。 <p>課題の提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・締め切り 1 週間前までには、課題を提示することとする。 ・グループで取り組む課題が基本なので、授業時間外にもグループでよくコミュニケーションをとること。 <p>予習・復習等の準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・提示するグループ課題に必ず取り組むこと。 ・授業時間までに課題の完成度が不十分であった場合には、最終発表までグループワークを継続し、完成度を高めること。

科目名	フィールドラーニング（戦略2）
科目ナンバリング	BS-MN5-3655
担当者	竹田 陽子
履修条件	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	<p>科目の目的：現実の企業のケースを深掘りし、ケース企業の課題と潜在可能性を発見し、CBSでこれまで学んできた知識を活かして戦略策定、事業プランの提案に取り組むことによって、実際に現場で使える知識（Knowledge into action）へと変換する。</p> <p>到達目標：チェンジ・リーダーとして現実の課題と潜在可能性に対して、説得力と創造性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</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	現実の企業の課題と潜在可能性を生かしたケース教材として、履修者とケース企業が協力して、今後10年を見据えた全社戦略と事業プランを提示する。M2とM3の連続授業であるが、M3では、ケース企業のビジョン、ドメイン、主要事業のビジネスモデル、全社レベルの戦略詳細、鍵となる事業の戦略詳細に取り組む。2025年のケース企業は、島村楽器株式会社。
授業計画	<p>第1回・第2回 企業戦略の方向性 第3回・第4回 事業構成と主要事業のビジネスモデル 第5回・第6回 全社レベルの戦略詳細 第7回・第8回 鍵となる事業の戦略詳細 第9回・第10回 全社戦略・事業戦略の精緻化(1) 第11回・第12回 全社戦略・事業戦略の精緻化(2) 第13回・第14回 最終発表会</p> <p>※授業のスケジュールはケース企業の事情、講演者の都合、グループワークの進捗によって変更することがあります。</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、■フィールドワーク</p> <p>・(ICTを活用した) 双方型授業の実施 ■土日対面授業実施</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% ■最終発表 60% ■その他（「7つの力」の到達度によるルーブリック評価） 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>※この科目は相対評価ではなく、絶対評価となります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題・最終発表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 ・授業で使用する言語 ■日本語
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：なし</p> <p>参考書：講義にて紹介する</p>
特記事項	<p>スケジュールについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ケース企業の事情、講演者の都合、グループワークの進捗によって講義内容のスケジュールを変更することがある。 ・授業時間外に聞き取り調査や現地調査を行う場合がある。 <p>教材配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・この科目ではケース企業の社員も参加するため、資料配布は Cplus ではなく情報共有ツール（使用アプリは授業開始時に通知）を通して行う。 <p>課題の提示について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・締め切り 1 週間前までには、課題を提示することとする。 ・グループで取り組む課題が基本なので、授業時間外にもグループでよくコミュニケーションをとること。 <p>予習・復習等の準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・提示するグループ課題に必ず取り組むこと。 ・授業時間までに課題の完成度が不十分であった場合には、最終発表までグループワークを継続し、完成度を高めること。

科目名	フィールドラーニング（カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）
科目ナンバリング	BS-MN5-3656
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、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）の提案を行う。</p> <p>目標：顧客の购买前・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> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎6：ネットワーキング力</p>
概要	<p>ブランド、小売業、サービス業の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</p> <p>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</p> <p>第3回：SNSのマーケティング（ケーススタディ）</p> <p>第4回：SNSデータの分析</p> <p>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）</p> <p>第6回：購買履歴データの分析</p> <p>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</p> <p>第8回：カスタマージャーニーの作成</p> <p>第9回：オムニチャネル・ショッパーの購買行動</p> <p>第10回：オムニチャネル戦略のケース</p> <p>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）</p> <p>第12回：購買の瞬間の類型化</p> <p>第13回：最終課題のプレゼンテーション</p> <p>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></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、メーカーや小売業の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</p>

	<p>ショッパーインサイト研究会(https://asi-inst.org)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%） 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？ 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？ 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> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □（その他）</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>

	<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。 <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。提示する課題に必ず取り組むこと。
--	---

科目名	流通・営業戦略/フィールドラーニング（流通・営業戦略）
科目ナンバリング	BS-MN5-3657
担当者	中村 博
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	<p>目的：デジタルの普及で小売マーケティングは大きく変化している。メーカーや卸売業は、小売業の変化に対応したマーケティング・チャネル戦略を求められている。本講義では、デジタル時代の流通の変化を理解し、サプライヤーのマーケティング戦略について検討することを目的とする。</p> <p>目標：アマゾンや楽天、ネットスーパーなど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。まず、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。次に、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、小売業と取引するサプライヤーのチャネル戦略や営業戦略について、量販小売業とともに検討する。最終的に、特定小売業のサバイバル戦略を小売企業に提案し、評価をしてもらう。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、4：巻き込み力、5：資源動員力、○6：ネットワークキング力</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ェアを高めるために、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入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？）</p> <p>第2回：小売業のDX戦略①（Amazon）</p> <p>第3回：小売業のDX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：実店舗およびネットストアにおける）買い物客のカスタマー・ジャーニーの理解</p> <p>第8回：買い物客の購買行動（衝動購買、バイアスによる購買など）</p> <p>第9回：売場開発（商圈分析、レイアウト分析品揃え、スペースマネジメント戦略、）</p>

	<p>第 10 回：価格戦略 (Hi-LO, EDLP 戦略など)</p> <p>第 11 回：デジタル・プロモーション開発 (Big Data(ID-POS データの)活用、リテールメディアの活用)</p> <p>第 12 回：小売業の PB (プライベート・ブランド) の成長戦略とメーカー対応</p> <p>第 13 回：流通における AI の活用</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サルティング業務に携わり、メーカーや小売業の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(https://asi-inst.org/)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)、■その他 (実務家との意見交換)</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>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 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>

	<p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □(その他)</p>
テキスト・参考文献等	<p>テキスト：各授業時に資料をポータルによって配布する、参考文献：適時紹介する</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、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"> ・ グループワークのテーマは授業中に提示する ・ 最終課題テーマは第1回に提示し、第13回までに提出、第13回・14回に個別に発表（プレゼン）を行う。 <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。提示する課題に必ず取り組むこと。

科目名	フィールドラーニング（グローバル・イノベーション：米国シリコンバレー）
科目ナンバリング	BS-MN5-3658
担当者	犬飼 知徳、高村 静、宇田川 博文
履修条件	「アントレプレナーシップとビジネスプランニング」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>急速に変化する複雑なビジネス環境の中で、グローバル市場における競争力維持・向上は日本企業にとって大きな課題である。このような状況下においては、グローバルな視野と高度な専門知識を兼ね備えたイノベーション人材が不可欠である。本科目は、日々スタートアップ企業が誕生し、特に ICT 産業にとって最先端の情報・知識や人材が集積する場であるシリコンバレーを含む米国ベイエリアに出向き、現地企業やスタートアップにてビジネスの現場を体験する。そうした体験を「アントレプレナーシップとビジネスプランニング」の履修を通じるなどして自ら立案した事業計画に照らし合わせることで、イノベーションの実現には何が必要なのかを実践の中から学び取ることを目的とする。</p> <p>（到達目標）</p> <p>最終的には起業・企業内起業（新規事業）・既存事業の変革を目指すほか、以下のような能力を獲得することを到達目標とする。</p> <p>①スタディツアー前後の机上学習や、現地滞在を通じて、専門知識の向上や異文化理解を深め、グローバルなビジネス環境での適応力や実践力を身につける。</p> <p>②作成した事業計画に対する個別指導や現地でのピッチを通じて、実践的なイノベーション能力を強化する。</p> <p>③スタートアップとのネットワーキングを通じた、実務的なキャリア開発の機会を得る。</p> <p>◎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、◎6：ネットワーキング力、◎7：コンプライアンス力</p>
概要	<p>参加者は事業計画を立てスタディツアーに参加することを必須とする。スタディツアー中ならびにスタディツアー前後に、現地のビジネスリーダーや専門家、あるいは戦略経営研究科の教員等に個別指導を受けながら、事業計画をブラッシュアップし、現地でプレゼンテーション（ピッチ）を行い、アドバイザーグループからフィードバックを受ける。最終的には起業・企業内起業（新規事業）・既存事業の変革を目指す。また、スタディツアーより帰国後、起業家や企業経営者等を招いた報告会を開催し、事業計画及びスタディツアーで学んだことを発表する機会を設ける。</p>
授業計画	<p>現地渡航期間[予定] *2026年2月6日（金）～12日（木）</p> <p>第1回 事前学習（国内：オンラインまたはハイブリッド） *2026年2月4日（水）予定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講義：米国ベイエリアの起業事情等 ・演習：現地で実施するプレゼン準備 ・団結式 <p>第2回～13回（現地）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地日系機関のレクチャー、現地日系企業・現地企業訪問、現地大学関係者とのディスカッション

	<p>ション、現地ベンチャーキャピタリストへのピッチとフィードバック、などを予定。</p> <p>第14回 事後学習（国内）振返り</p> <p>第15回 事後学習（国内）成果報告（公開授業）*2月14日（土）予定</p> <p>※M3 前に、オリエンテーション（科目ガイダンス）としてプレ講義を実施する。事前準備や、現地訪問先、費用などの詳細を説明する。</p> <p>※M1 前の「アントレプレナーシップとビジネスプランニング」開講前にもプレ講義を実施する。その時点で決まっている内容を説明する。</p> <p>※履修希望者には希望理由書の提出を求める。また、その内容をもとに履修者を決定する可能性がある。</p> <p>※上記は現時点での予定であり、調整の結果、変更が生じる可能性がある。</p> <p><教員の実務経験の本授業への反映></p> <p>高村 静：(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。</p> <p>宇田川 博文：日本で経営に参画していたスタートアップ企業を米国企業に売却したことをきっかけに1997年にシリコンバレーに移住。以後25年間以上にわたって米国ソフトウェア企業でビジネスアプリケーション製品開発に従事。現在は個人としてシリコンバレーのHRテクノロジー系のスタートアップ企業のアドバイザー等を務めている。</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>■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（ピッチコンテストでの他者へのフィードバックレポート）20%</p> <p>■授業内での挙手発言 20%</p> <p>■プレゼンテーション（現地で実施するピッチを含む）50%</p> <p>■その他（「7つの力」のルーブリックによる到達度評価）10%</p> <p>合計 100%</p> <p>・成績評価の基準</p> <p>プレゼンテーション：自ら作成した事業計画の内容をブラッシュアップするとともに、プレゼンテーションの準備を行い、現地において、ベンチャーキャピタリストらによって組成されるアドバイザーチームに対してピッチを行う。アドバイザーチームからの評価（フィードバックあり）および教員の評価によって採点する。具体的な評価基準は、事業コンセプト、ビジ</p>

	<p>ネスプランの一貫性と実全可能性、表現力等により構成される。</p> <p>成果報告会での報告：帰国後に行われる成果報告会において、事前準備、現地ツアー、ピッチコンテストなどから得られた成果の報告を行う。その内容を教員が評価する。</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、Cplus等でフィードバックを行う □その他（ ）
テキスト・参考文献等	必要に応じて適宜紹介する。
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テキスト以外の配布資料は、C plus で配布を行う。 <p>準備学習について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・別途プレ講義（オリエンテーション/科目ガイダンス）などで説明する。 ・今後テキストが紹介される場合には、事前に読んでおくことが望ましい。

科目名	フィールドラーニング（グローバル・イノベーション：ベトナム）
科目ナンバリング	BS-MN5-3659
担当者	中村 博、金 雲鎬
履修条件	グローバルビジネスに関する科目（グローバル戦略論、グローバル法務、アジアビジネス論、Strategic Management & Global Leadership など）を履修済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>急速に変化する複雑なビジネス環境の中で、グローバル市場における競争力維持・向上は日本企業にとって大きな課題である。このような状況下においては、グローバルな視野と高度な専門知識を兼ね備えたイノベーション人材が不可欠である。本科目では、アジアの中でも成長が著しく、日系企業も多く進出しているベトナムに出向き、スタートアップなどの現地企業や、現地に進出している日系企業、大学などでイノベーションの現場を体験する。そうした体験をもとに、「ベトナムでのビジネス展開」に何が必要なのかを構想することを通じて、実践の中から学び取ることを目的とする。</p> <p>（到達目標）</p> <p>最終的にはベトナムを含むアジアでの事業展開を目指すほか、以下のような能力を獲得することを到達目標とする。</p> <p>①スタディツアー前後の机上学習や、現地滞在を通じて、専門知識の向上や異文化理解を深め、グローバルなビジネス環境での適応力や実践力を身につける。</p> <p>②ベトナムでのビジネス展開にむけた提案書の作成を通じ、実践的なイノベーション能力を強化する。</p> <p>③現地企業とのネットワーキングを通じた、実務的なキャリア開発の機会を得る。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、○4：巻き込み力、○5：資源動員力、◎6：ネットワーキング力、○7：コンプライアンス力</p>
概要	参加者はベトナムの経済・文化などについて事前に調べた上で、スタディツアーに参加することを必須とする。現地で学んだことを発表する機会として、スタディツアー後の報告会でプレゼンテーションを行う。
授業計画	<p>現地渡航期間[予定]2026年2月3日（火）～8（日）</p> <p>第1回 事前学習（国内）</p> <p>・講義：①ベトナムの状況 ②現地での活動について</p> <p>・団結式：</p> <p>第2回～第13回（現地）</p> <p>・在ベトナム日系機関でのレクチャー、現地企業・現地日系企業訪問、日越大学でのディスカッション</p> <p>第14回 事後学習（国内）振り返り</p> <p>第15回 事後学習（国内）成果報告（公開授業）</p>

	<p>※事前・事後学習の時期、現地訪問先、費用など詳細は、M3 前のプレ講義にて説明する。 ※履修希望者多数の場合は抽選により履修者を決定する可能性がある。 ※上記は現時点の予定であり、調整の結果、変更が生じる可能性がある。</p> <p><教員の実務経験の本授業への反映></p> <p>中村博</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、メーカーや小売業の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(https://asi-inst.org)を主宰している。</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 ■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 ■参加者による相互評価 10% ■プレゼンテーション（成果報告会での報告） 40% ■その他（「7つの力」のルーブリックによる到達度評価） 50% <p>合計 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成績評価の基準 <p>グループワーク：現地に関する事前調査や成果報告会での報告に向けた準備など、グループへのコミットメントの度合いにもとづき評価する。</p> <p>成果報告会での報告：帰国後に行われる成果報告会において、事前準備、現地ツアーなどから得られた、成果の報告を行う。その内容を教員が評価する。</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、Cplus 等でフィードバックを行う □その他（ ）」
テキスト・参考文献等	必要に応じて適宜紹介する。
特記事項	<p>教材の配布の方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テキスト以外の配布資料は、C plus で配布を行う。 <p>準備学習について</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。

	<ul style="list-style-type: none">・テキストをある程度、事前に読んでおくことが望ましい。
--	---

科目名	研究方法論基礎
科目ナンバリング	BS-MN5-3751
担当者	竹田 陽子
履修条件	論文の執筆を予定している学生、学術的な研究活動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：論文執筆をはじめ学術的な研究活動に取り組むために、必要な研究方法論の基本的な考え方を身につける。</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、研究方法論の基本的な考え方を身につける。</p> <p>この科目では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、論文の執筆等研究活動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、適切な研究方法論の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、リサーチのプロセスにおいて必要な研究方法論の基本的な考え方を、既存論文の分析と自らの研究課題についての研究プロポーザル作成を通じて学ぶ。</p>
授業計画	<p>第1回 イン트로ダクション</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・クエスチョンの設定</p> <p>第4回 良い研究とは何か</p> <p>第5回 文献のレビューとは何か</p> <p>第6回 文献レビューの構造</p> <p>第7回 理論とは何か</p> <p>第8回 研究方法の選択</p> <p>第9回 理論と操作定義</p> <p>第10回 事例研究の方法</p> <p>第11回 研究論文の査読：論文の構造と妥当性の評価</p> <p>第12回 研究論文の査読：面白い研究とは何か</p> <p>第13回 研究プロポーザルの発表</p> <p>第14回 まとめ：より良い研究に向けて</p> <p>授業の進捗により、スケジュールを変更することがある</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 <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>■課題発表 40%</p> <p>評価基準：学習事項の理解度</p> <p>■研究プロポーザル発表 60%</p> <p>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>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・研究プロポーザルに対するフィードバックの方法</p> <p>■発表時にフィードバックをおこなう。後日の個別フィードバックも可。</p> <p>・授業で使用する言語</p> <p>■日本語 □英語 □(その他)</p>
テキスト・参考文献等	<p>教材：リサーチデザイン分析の演習対象になる研究論文を講義開始時に提示する</p> <p>参考文献：</p> <p>藤本隆宏・高橋伸夫・新宅純二郎・阿部誠・粕谷誠 『リサーチ・マインド経営学研究法』 有斐閣</p> <p>田村正紀 『リサーチ・デザイン』 白桃書房</p> <p>その他授業中に適宜紹介する</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>課題の提示について</p> <p>・ 授業ごとの事前課題については、締め切り1週間前までには提示する。</p> <p>予習について</p> <p>・ 事前課題をよく準備すること</p> <p>研究プロポーザル発表について</p> <p>・ 最終発表に向けて早めに準備すること。</p>

科目名	社会調査法
科目ナンバリング	BS-MN5-3752
担当者	小熊 信
履修条件	アンケート調査を用いた論文の執筆を予定してい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> 社会調査はデータを適切に集め、正しく解釈するための方法論である。本講義では、社会調査の方法論について理解するとともに、みずから社会調査を実践できるようになることを目指す。</p> <p><到達目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ・社会調査の方法論、調査手法について理解し、調査・研究の実実施計画を立てられるようになる。 ・データの基礎的な集計手法を学ぶとともに、誤差など統計的な概念について理解する。 ・多変量解析などの分析手法を理解し、実施できるようになる。 <p>この科目では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	本講義では社会調査の方法論、調査方法を講義するとともに、調査票の作成、サンプリング、データ整理、基礎的集計、そして、データをより深く理解するための多変量解析など、量的調査を中心に、調査の実施、分析に必要な一連のプロセスについて紹介していく。また、社会調査のスキル習得には実践が不可欠である。授業では、演習、ディスカッションなどの実践を通じて多面的な理解を深めるとともに、統計ソフトを使った実習も行う。
授業計画	<p>第1回 社会調査とは</p> <p>第2回 社会調査の種類</p> <p>第3回 社会調査のプロセス</p> <p>第4回 実査の方法</p> <p>第5回 調査票作成の考え方</p> <p>第6回 調査票の作成【実習】</p> <p>第7回 データの電子ファイル化</p> <p>第8回 データの基礎的集計【実習】</p> <p>第9回 統計的推測</p> <p>第10回 変数間の関連【実習】</p> <p>第11回 単回帰分析・重回帰分析【実習】</p> <p>第12回 主成分分析・因子分析【実習】</p> <p>第13回 ロジスティック回帰分析【実習】</p> <p>第14回 テキストマイニング【実習】</p> <p>・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性</p> <p>2006年から現在に至るまで労働研究のシンクタンクである労働調査協議会において、働き方、生活に関する量的調査、質的調査の両方の実務（企画、実施、分析）に従事してきた。授業で</p>

	<p>は社会調査の実務経験を活かした授業を行い、研究や仕事において社会調査を実践できる能力を身に付けさせる。</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 <ul style="list-style-type: none"> ・授業における ICT の活用方法や双方型授業の実施 □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% ■授業内での挙手発言 10% ■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"> ・評価基準 課題レポート：授業内容に対する理解度を評価する。 授業内での挙手発言：授業における発言の頻度と内容にもとづいて評価する。 プレゼンテーション：発表内容の説得性、ユニークさを評価する。 最終レポート：社会調査の方法論への理解度、分析の深さ、考察における独自性を評価する。 <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 <ul style="list-style-type: none"> ・授業で使用する言語 ■日本語 □英語 □（その他）
テキスト・ 参考文献等	<p>テキスト：なし （各回ごとに資料を配布する）</p> <p><参考文献></p> <p>轟・杉野・平沢編「入門・社会調査法」法律文化社、2010年</p> <p>大森・阪田・宿久「R Commander によるデータ解析 第2版」、共立出版、2014年</p> <p>杉野「入門・社会統計学: 2ステップで基礎から[Rで]学ぶ」法律文化社、2017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"> ・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。 ・授業日の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、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示する。

準備学習

- ・講義で出た課題については必ず取り組むこと

その他

- ・授業の後半では実習で各自所有のノートPCを利用します。E x c e l のほかに、フリーの統計ソフトである R を利用します。

科目名	プロジェクト研究 I
科目ナンバリング	BS-MN5-4801
担当者	阿部 誠、生稲 史彦、石崎 篤史、犬飼 知徳、金 雲鎬、島貫 智行、新藤 晴臣、杉浦 宣彦、高村 静、竹田 陽子、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、真野 俊樹、宮永 雅好、吉田 愛
履修条件	プロジェクト研究募集に基づき、申込手続きを行い、履修前に指導教員が決定していること。またプロジェクト研究申込手続きの際、希望する指導教員の所属分野の基礎科目を含め、4科目以上の基礎科目を履修済または履修中であること。
科目の目的・到達目標	<p>科目の目的：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。</p> <p>到達目標：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。</p> <p>この科目では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、◎2：戦略構想力、◎3：現状理解力、◎4：巻き込み力、◎5：資源動員力、◎6：ネットワークキング力、◎7：コンプライアンス力</p>
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を中心に調査・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」を提出する。
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。 （実際の研究調査の進め方は担当教員によって変わる可能性があります）</p> <p>プロジェクト研究 I（4単位）は、グループワークを中心に、成果発表大会でプレゼンテーション資料（PPT等）を用いて研究成果の発表を行います。</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 ・（ICTを活用した）双方型授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ■土日対面授業実施

成績評価の基準と方法	<p>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。</p> <p>「プロジェクト研究Ⅰ」、「プロジェクト研究Ⅱ」、「論文」、「課題研究」のそれぞれについて、絶対評価にて成績評価を行います。講義科目等で適用されている相対評価（S評価：学生全体の20%、A評価：学生全体の30%等）は適用されません。</p> <p>出席の取り扱いについては、従前通り、原則として60%以上の授業に出席した履修者のみを成績評価対象とします。</p>
テキスト・参考文献等	<p>指導教員が適宜指示する。</p>
その他特記事項	<p>個別の研究テーマや指導内容等については、別途配布するプロジェクト研究募集要項に記載します。</p>

科目名	プロジェクト研究Ⅱ
科目ナンバリング	BS-MN5-4811
担当者	阿部 誠、生稲 史彦、石島 博、石崎 篤史、犬飼 知徳、金 雲鎬、島貫 智行、新藤 晴臣、杉浦 宣彦、高村 静、竹田 陽子、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、真野 俊樹、宮永 雅好、吉田 愛
履修条件	プロジェクト研究Ⅰ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：特定のテーマについて個別あるいは共同で研究を進め、論文もしくは課題研究、あるいはプロジェクト・レポートを執筆する。</p> <p>到達目標：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。</p> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、◎4:巻き込み力、◎5:資源動員力、◎6:ネットワークング力、◎7:コンプライアンス力</p>
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、その指導の下、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。研究成果は、論文もしくは課題研究、あるいはプロジェクト・レポートとしてまとめる。
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	<p>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・課題研究・プロジェクト・レポートの書き方について (2) 執筆方法と方法論（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） (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。 （実際の研究調査の進め方は担当教員によって変わる可能性があります）</p> <p>プロジェクト研究Ⅱ（4単位）の成果物については以下の通りです。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 成果物として、「論文」（別途4単位を取得可能）、「課題研究」（別途4単位を取得可能）、「プロジェクト・レポート」を選択することができます。 2) 「論文」は「論文(A)」と「論文(B)」に、「課題研究」は「事例分析」、「事例記述」、「事業計画書」に細分化されます。 3) 「論文」は個人での執筆を原則としますが、「課題研究」および「プロジェクト・レポート」は個人または複数での執筆を可とします。 4) 「論文」または「課題研究」を選択した場合、①研究計画書の作成、②中間発表の実施、③成果物の提出、④口頭試問の受験、⑤ポスターセッションプレビューでの発表、⑥ポスターセッションへの参加が必要になります。 5) ④の口頭試問は個室で審査員2名による面談形式で行います（非公開）。 6) プロジェクト研究Ⅱの成果発表は⑤のポスターセッションプレビューと⑥ポスターセッションの形式で行い、論文および課題研究の提出者全員が発表を行います（公開）。 7) プロジェクト研究Ⅱの成果物である論文および課題研究の評価は、プロジェクト研究募集要項に記載されている項目と評価プロセスによって行われます。 <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 ■土日対面授業実施</p>
成績評価の基準と方法	<p>授業への貢献、論文、課題研究、あるいはプロジェクト・レポートの内容による。</p> <p>「プロジェクト研究Ⅰ」、「プロジェクト研究Ⅱ」、「論文」、「課題研究」のそれぞれについて、絶対評価にて成績評価を行います。講義科目等で適用されている相対評価（S評価：学生全体の20%、A評価：学生全体の30%等）は適用されません。</p> <p>出席の取り扱いについては、従前通り、原則として60%以上の授業に出席した履修者のみを成績評価対象とします。</p>
テキスト・参考文献等	<p>指導教員が適宜指示する。</p>
その他特記事項	<p>個別テーマや指導内容等については、別途配布するプロジェクト研究募集要項に記載します。</p>

科目名	論文
科目ナンバリング	BS-MN5-4951
担当者	阿部 誠、生稲 史彦、石島 博、石崎 篤史、犬飼 知徳、金 雲鎬、島貫 智行、新藤 晴臣、杉浦 宣彦、高村 静、竹田 陽子、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、真野 俊樹、宮永 雅好、吉田 愛
履修条件	プロジェクト研究Ⅰ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：特定のテーマについての論文の執筆</p> <p>到達目標：講義科目で修得した理論的な知識や研究手法を実務と結びつけることを念頭に置きながら、戦略策定など、実務上の課題解決に有用な成果を取りまとめる。博士後期課程への進学を希望する場合は、専門分野の文献の精査と学術的な新規性を実現することを目標とする。</p> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎5:資源動員力、◎6:ネットワーキング力、◎7:コンプライアンス力</p>
概要	<p>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、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、担当教員が研究課題の選択、論文としての論旨や事実提示の構造化、参考文献の利用などについて助言を与える指導を行う。必要に応じて個別指導も行う。提出された論文は口頭試問によって評価される。</p>
授業計画	<p>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の検討、論文の書き方の指導 (a) 実証研究の論文 (b) 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。</p> <p>(実際の研究調査の進め方は担当教員によって変わる可能性があります)</p> <p>プロジェクト研究Ⅱ（4単位）の成果物については以下の通りです。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 成果物として、「論文」（別途4単位を取得可能）、「課題研究」（別途4単位を取得可能）、「プロジェクト・レポート」を選択することができます。 2) 「論文」は「論文(A)」と「論文(B)」に、「課題研究」は「事例分析」、「事例記述」、「事業計画書」に細分化されます。 3) 「論文」は個人での執筆を原則としますが、「課題研究」および「プロジェクト・レポート」は個人または複数での執筆を可とします。 4) 「論文」または「課題研究」を選択した場合、①研究計画書の作成、②中間発表の実施、③成果物の提出、④口頭試問の受験、⑤ポスターセッションプレビューでの発表、⑥ポスターセッションへの参加が必要になります。 5) ④の口頭試問は個室で審査員2名による面談形式で行います（非公開）。 6) プロジェクト研究Ⅱの成果発表は⑤のポスターセッションプレビューと⑥ポスターセッションの形式で行い、論文および課題研究の提出者全員が発表を行います（公開）。 7) プロジェクト研究Ⅱの成果物である論文および課題研究の評価は、プロジェクト研究募集要項に記載されている項目と評価プロセスによって行われます。

成績評価の 基準と方法	<p>執筆した論文、ならびに口頭試問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。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 主査と副査は成果物の書類審査と口頭試問を行い、報告書を作成する 2) 評価は主査と副査の評価点の平均をとり、学則の S, A, B, C, E 基準に対応させる 3) 最終評価の判断は主査が行う <p>優秀賞の推薦は、最終評価の得点の高いもの、報告書の特記事項を勘案して決定します。</p> <p>「プロジェクト研究Ⅰ」、「プロジェクト研究Ⅱ」、「論文」、「課題研究」のそれぞれについて、絶対評価にて成績評価を行います。講義科目等で適用されている相対評価(S 評価:学生全体の20%、A評価:学生全体の30%等)は適用されません。</p> <p>出席の取り扱いについては、従前通り、原則として60%以上の授業に出席した履修者のみを成績評価対象とします。</p>
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	<p>「論文」「課題研究」の履修申請と単位取得までのプロセス</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 「論文」「課題研究」を選択する院生は、履修届を出す段階（例年プロジェクト研究Ⅱの開始直後）で、教員を通じて「研究計画書」を提出してください。 2) 「研究計画書」の内容を教授会で審議し、履修の可否を判断します。 3) 「論文」「課題研究」ともに中間発表会を実施します。 4) 成果物を提出する段階で、「論文」履修者は「論文(A)」または「論文(B)」を選択し、申請してください。

科目名	課題研究
科目ナンバリング	BS-MN5-4952
担当者	阿部 誠、生稻 史彦、石島 博、石崎 篤史、犬飼 知徳、金 雲鎬、島貫 智行、新藤 晴臣、杉浦 宣彦、高村 静、竹田 陽子、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、真野 俊樹、宮永 雅好、吉田 愛
履修条件	プロジェクト研究Ⅰ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：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</p> <p>到達目標：講義科目で修得した理論的な知識や研究手法を用いて、実務に関連した具体的な成果を取りまとめる。</p> <p>この科目では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、◎2:戦略構想力、◎3:現状理解力、◎4:巻き込み力、◎5:資源動員力、◎6:ネットワーキング力、◎7:コンプライアンス力</p>
概要	<p>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、論文以外の形式の報告書を、学生が個人あるいは複数名（2～3名）で執筆した成果物を指す。指導はプロジェクト研究Ⅰ・Ⅱ、フィールド・ラーニング等の講義において実施し、教員が課題研究作成のために助言を与える。提出された課題研究は口頭試問を経て評価される。</p>
授業計画	<p>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 (a) ビジネスプラン（事業計画） (b) フィールド・ラーニング報告書 (c) ケーススタディ (d) その他</p> <p>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、成果発表準備を行う。</p> <p>プロジェクト研究Ⅱ（4単位）の成果物については以下の通りです。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 成果物として、「論文」（別途4単位を取得可能）、「課題研究」（別途4単位を取得可能）、「プロジェクト・レポート」を選択することができます。 2) 「論文」は「論文(A)」と「論文(B)」に、「課題研究」は「事例分析」、「事例記述」、「事業計画書」に細分化されます。 3) 「論文」は個人での執筆を原則としますが、「課題研究」および「プロジェクト・レポート」は個人または複数での執筆を可とします。 4) 「論文」または「課題研究」を選択した場合、①研究計画書の作成、②中間発表の実施、③成果物の提出、④口頭試問の受験、⑤ポスターセッションプレビューでの発表、⑥ポスターセッションへの参加が必要になります。 5) ④の口頭試問は個室で審査員2名による面談形式で行います（非公開）。 6) プロジェクト研究Ⅱの成果発表は⑤のポスターセッションプレビューと⑥ポスターセッションの形式で行い、論文および課題研究の提出者全員が発表を行います（公開）。 7) プロジェクト研究Ⅱの成果物である論文および課題研究の評価は、プロジェクト研究募集要項に記載されている項目と評価プロセスによって行われます。

成績評価の 基準と方法	<p>執筆した論文、ならびに口頭試問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。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 主査と副査は成果物の書類審査と口頭試問を行い、報告書を作成する 2) 評価は主査と副査の評価点の平均をとり、学則の S, A, B, C, E 基準に対応させる 3) 最終評価の判断は主査が行う <p>優秀賞の推薦は、最終評価の得点の高いもの、報告書の特記事項を勘案して決定します。</p> <p>「プロジェクト研究Ⅰ」、「プロジェクト研究Ⅱ」、「論文」、「課題研究」のそれぞれについて、絶対評価にて成績評価を行います。講義科目等で適用されている相対評価(S 評価:学生全体の20%、A 評価:学生全体の30%等)は適用されません。</p> <p>出席の取り扱いについては、従前通り、原則として60%以上の授業に出席した履修者のみを成績評価対象とします。</p>
テキスト・ 参考文献等	<p>指導教員の指示に従うこと。</p>
そ の 他 特 記 事 項	<p>「論文」「課題研究」の履修申請と単位取得までのプロセス</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 「論文」「課題研究」を選択する院生は、履修届を出す段階（例年プロジェクト研究Ⅱの開始直後）で、教員を通じて「研究計画書」を提出してください。 2) 「研究計画書」の内容を教授会で審議し、履修の可否を判断します。 3) 「論文」「課題研究」ともに中間発表会を実施します。 4) 成果物を提出する段階で、「論文」履修者は「論文(A)」または「論文(B)」を選択し、申請してください。

索引（教員名 50音順）

教員氏名	漢字科目名	頁
愛場 吉子	ビジネス・コミュニケーション	119
阿部 克巳	M&A と契約・デューデリジェンス/ M&A と事業・組織再編	215
阿部 誠	マーケティング戦略論	28
	消費者行動論	68
	ブランド戦略論	176
	プロジェクト研究 I	250
	プロジェクト研究 II	252
	論文	254
	課題研究	256
荒川 研一	ビジネスのための金融工学	199
栗津 恭一郎	コーチング	129
安藤 史江	人的資源特別研究（管理職の役割と部下マネジメント）/管理職の役割と部下マネジメント	188
生稲 史彦	経営戦略論	21
	技術開発マネジメント論	144
	デジタル変革時代の経営戦略	147
	イノベーションの実践	142
	プロジェクト研究 I	250
	プロジェクト研究 II	252
	論文	254
	課題研究	256
池田 心豪	ダイバーシティマネジメント	185
池部 亮	アジアビジネス論	140
石崎 篤史	企業会計とファイナンスの基礎	36
	プロジェクト研究 I	250
	プロジェクト研究 II	252
	論文	254
	課題研究	256
石島 博	プロジェクト研究 II	252
	論文	254
	課題研究	256
石橋 善一郎	ファイナンス特別研究（CFO 論）	202
市川 育義	財務報告論	102
犬飼 知徳	戦略と組織	61
	現代社会の経済学	13

	グローバル経営戦略論	138
	フィールドラーニング（グローバル・イノベーション：米国シリコンバレー）	239
	プロジェクト研究Ⅰ	250
	プロジェクト研究Ⅱ	252
	論文	254
	課題研究	256
井上 奈緒	チームビルディングとリーダーシップ	122
岩名 礼介	特別講義（ヘルスケア制度・行政論）	226
宇田川 博文	フィールドラーニング（グローバル・イノベーション：米国シリコンバレー）	239
海老澤 観	アントレプレナーシップの実践	132
遠藤 輝好	経営法務概論	44
大西 浩志	マーケティング・コミュニケーション	170
岡 伸浩	経営法務概論	44
荻野 勝彦	キャリア管理論	182
小熊 信	社会調査法	247
鹿住 倫世	中小企業論	154
加藤 弘貴	サプライチェーンマネジメント	150
金 雲鎬	マーケティング戦略論	26
	デジタル時代のマーケティング戦略	72
	フィールドラーニング（グローバル・イノベーション：ベトナム）	242
	プロジェクト研究Ⅰ	250
	プロジェクト研究Ⅱ	252
	論文	254
	課題研究	256
木村 剛	Strategic Management and Global Leadership	162
小坂 準記	知的財産戦略と法実務	208
小林 香	対行政のビジネス法務	210
近藤 圭介	労働関連法務	213
繁本 賢也	特別講義（金融行政とその課題）	224
島貫 智行	人的資源管理論	30
	インセンティブ・マネジメント	88
	プロジェクト研究Ⅰ	250
	プロジェクト研究Ⅱ	252
	論文	254
	課題研究	256
新藤 晴臣	ビジネスモデル戦略論	52

	アントレプレナーシップとビジネスプランニング	48
	ベンチャービジネス論	152
	プロジェクト研究Ⅰ	250
	プロジェクト研究Ⅱ	252
	論文	254
	課題研究	256
杉浦 宣彦	経営法務概論	44
	コンプライアンス・内部統制と法実務	108
	金融市場と法	217
	対行政のビジネス法務	210
	特別講義（金融行政とその課題）	224
	プロジェクト研究Ⅰ	250
	プロジェクト研究Ⅱ	252
	論文	254
	課題研究	256
高田 昭英	ビジネス交渉術	126
高村 静	雇用管理	76
	人材開発	82
	フィールドラーニング（グローバル・イノベーション：米国シリコンバレー）	239
	プロジェクト研究Ⅰ	250
	プロジェクト研究Ⅱ	252
	論文	254
	課題研究	256
竹田 陽子	現代社会の経済学	13
	研究方法論基礎	245
	フィールドラーニング（戦略Ⅰ）	229
	フィールドラーニング（戦略Ⅱ）	231
	プロジェクト研究Ⅰ	250
	プロジェクト研究Ⅱ	252
	論文	254
	課題研究	256
田極 春美	特別講義（ヘルスケア制度・行政論）	226
土田 尚弘	マーケティング・リサーチ	167
露木 恵美子	リーダーシップコア	7
	戦略と組織	58
	チームビルディングとリーダーシップ	122
	プロジェクト研究Ⅰ	250

	プロジェクト研究Ⅱ	252
	論文	254
	課題研究	256
遠山 亮子	経営戦略論	17
	知識創造戦略論	64
	プロジェクト研究Ⅰ	250
	プロジェクト研究Ⅱ	252
	論文	254
	課題研究	256
中泉 拓也	現代社会の経済学	13
中村 博	マーケティング戦略論	24
	流通・営業戦略/フィールドラーニング (流通・営業戦略)	236
	フィールドラーニング (カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)	233
	フィールドラーニング (グローバル・イノベーション:ベトナム)	242
	プロジェクト研究Ⅰ	250
	プロジェクト研究Ⅱ	252
	論文	254
	課題研究	256
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)	178
萩原 一平	マーケティング特別研究 (ニューロマーケティング)	180
服部 徹	リアルオプションと企業戦略	196
濱口 桂一郎	人的資源特別研究 (日本の労働法政策)	191
人見 健	インベストメントと企業リスク管理	193
平田 智彦	デザインシンキング	115
松江 英夫	特別講義 (実践・変革マネジメント論)	220
松本 慶	ビジネス交渉術	126
真野 俊樹	高齢社会ビジネス	158
	ヘルスケア産業論	160
	ヘルスケアマーケティング	173
	ヘルスケアビジネス入門	156
	プロジェクト研究Ⅰ	250
	プロジェクト研究Ⅱ	252
	論文	254
	課題研究	256
光武 敬志	コンプライアンス・内部統制と法実務	108
	特別講義 (金融行政とその課題)	224
宮永 雅好	コーポレートファイナンスと企業戦略	94

	アントレプレナーシップとビジネスプランニング	48
	プロジェクト研究 I	250
	プロジェクト研究 II	252
	論文	254
	課題研究	256
本橋 潤子	企業の社会的責任	112
森尾 公仁子	チームビルディングとリーダーシップ	122
森谷 博之	コンプライアンス・内部統制と法実務	108
保井 俊之	対行政のビジネス法務	210
吉田 愛	グローバル経営法務	206
	M&Aと契約・デューデリジェンス/M&Aと事業・組織再編	215
	プロジェクト研究 I	250
	プロジェクト研究 II	252
	論文	254
	課題研究	256
吉田 武史	ビジネス交渉術	126
Christoph Rademacher	ビジネス交渉術	126
渡辺 英克	戦略特別研究 (ヘルスケアビジネスと政策の展望)	165



中央大学ビジネススクール
MBAプログラム