

講義等の概要

2011年度版



事業創造大学院大学

講義科目一覧

分野		科目番号	講義科目名	単位数	担当教員	開講学期
基礎科目	基礎科目	1	経営学概論	2	土肥 将敦	春
		2	経営戦略	2	石谷 康人	春
		3	マーケティング	2	信田 和宏	春
		4	会計Ⅰ	1	津村 怜花	春
		5	会計Ⅱ	1	津村 怜花	春
		6	会計Ⅲ	2	津村 怜花	秋
		7	コーポレートファイナンス	2	高橋 一	秋
		8	経営組織	2	丸山 一芳	秋
		9	オペレーションズマネジメント	1	羽田 隆男	秋
		10	技術経営の基礎	2	郷道 博宣	春
		11	企業倫理	2	鈴木 広樹	秋
		12	ビジネスプラン作成法	2	柳沢 信一郎	春
発展科目	経営戦略分野	13	経営戦略特論	1	阿部 新生	春
		14	リーダーシップ	1	丸山 一芳	春
		15	中小企業成長戦略	2	上村 孝樹	春
		16	ブランドコミュニケーション	2	信田 和宏	秋
		17	サービスマネジメント	2	赤堀 浩一郎	春
		18	データ解析	2	馬場 康維	秋
		19	企業研究	1	田村 真理子	春
		20	新興国進出のビジネス戦略	1	富山 栄子	春
		21	ビジネスプレゼンテーション	1	清水 康雄	春
	財務・金融分野	22	経営戦略とファイナンス	2	松田 千恵子	秋
		23	中小企業金融	1	山田 俊郎	秋
		24	インベストメントマネジメント	1	湯川 真人	春
		25	金融リスク管理論	1	高橋 一	秋
	情報・技術分野	26	ITと経営	2	藤岡 宥三	春
		27	IT基盤技術	1	藤岡 宥三	秋
		28	生産管理	1	羽田 隆男	春
		29	生産流通システム	1	羽田 隆男	春
	アントレプレナー分野	30	ベンチャー起業論	2	宇田 賢一	春
		31	ベンチャーファイナンス	1	早野 利人	春
		32	ベンチャー企業の成長マネジメント	2	田中 延弘	秋
		33	中小企業のイノベーション	1	佐藤 一也	秋
	事業環境分野	34	国際経済・産業・金融	2	湯川 真人	秋
		35	地域経済産業論	2	原 敏明	春
		36	地域活性化論	1	赤木 弘喜	秋
38		アグリビジネス	1	川辺 紘一	秋	
39		ツーリズムマネジメント	1	高井 典子	秋	
40		福祉サービスビジネス	1	渡邊 敏文	秋	
41		スポーツビジネス	1	赤木 弘喜	秋	
43		海外経済事情Ⅰ（中国・ロシア・モンゴル・インド・韓国）	2	富山 栄子	春	
44	海外経済事情Ⅱ（ASEAN諸国）	2	富山 栄子	秋		

科目番号 1

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
経営学概論	選択	2	春学期・通期	木曜・5限
担当教員名	土肥 将教			
<講義の概要と目的> 現代社会において、「企業 (business enterprise)」は非常に大きな役割を果たしており、その役割は歴史的に見ても急速に大きくなってきている。本講義の目的は、企業を中心的な研究対象としている「経営学 (theory of business management)」の基本的な内容について、国内外のさまざまな事例 (business cases) を通して理解していくことである。また本講義は、他の講義へのイントロダクションとしての意味合いを持つため、なるべく経営学の領域を幅広くカバーし、経営学に関わる基礎的な知識や情報を学生諸君に提示していくことを意図している。				
<講義計画> (途中で若干の変更の可能性がある) <ul style="list-style-type: none"> 1 週目 講義の概要と目的、ガイダンス 2 週目 企業とは何か：企業活動への招待、企業のステイクホルダー 3 週目 戦略とは何か：戦略の定義、階層、業界の競争構造 4 週目 戦略とは何か：競争戦略 (1)、ビジネスケース：McDonald's, MOS Burger, LOTTERIA 5 週目 戦略とは何か：競争戦略 (2)、ビジネスケース：McDonald's, MOS Burger, LOTTERIA 6 週目 戦略とは何か：全社戦略、ビジネスケース：McDonald's, MOS Burger, LOTTERIA 7 週目 多角化と事業ポートフォリオ：多角化戦略、範囲の経済、PPM 8 週目 持続可能な競争優位とは何か (1) 組織能力の概念 9 週目 持続可能な競争優位とは何か (2) 組織特殊性 10 週目 ビジネスケース分析：ヤマト運輸 (1) 講義+ディスカッション 11 週目 ビジネスケース分析：ヤマト運輸 (2) 講義+ディスカッション 12 週目 企業の社会的責任 (Corporate Social Responsibility) とは何か (1) 13 週目 企業の社会的責任 (CSR) とは何か (2) CSR の3つのレベル、CSR ピラミッド 14 週目 企業の社会的責任 (CSR) とは何か (3) 社会的事業と社会貢献活動 15 週目 企業の社会的責任 (CSR) とは何か (4) CSR のまとめ、講義全体の総括 				
<講義の進め方> 履修者の人数にもよるが、可能な限り教員と学生の双方向コミュニケーション型の講義を行う。				
<教科書及び教材> 米倉誠一郎編『ケースブック 日本のスタートアップ企業』有斐閣, 2005年				
<参考書> 講義で使用する“CSR レポート”は、各自で企業ウェブサイトから取り寄せる必要がある (詳細は、講義中に指示する)				
<成績評価方法> 期末試験 60%、ミニレポート課題 25%、ディスカッションへの貢献度 15%で評価する。				
<履修条件> 講義に積極的に参加でき、定期的に行うミニレポート課題なども提出できる人				
<その他> ビジネスケースは事前に配布するので、あらかじめケースをよく読みこんで講義に臨むことが求められる。学生諸君の積極的な受講を期待している。				

科目番号 2

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
経営戦略	必修	2	春学期・通期	月曜・6限
担当教員名	石谷 康人			
<p><講義の概要と目的></p> <p>本講義では、受講生が将来、自分で創造しようとする事業の戦略の良さを論理的に考え、検証できるようになるために、経営戦略の理論を体系的に学ぶとともに、それを応用した分析方法を習得することを目指す。</p> <p>よい経営戦略を形成するためには、戦略の内容が、それを取り巻くさまざまな要因にうまく適合するように工夫されていることが肝要である。そのため本講義では、戦略が、①市場における顧客や競争に適合しているかどうか(市場適合)、②市場へのインターフェースとなっているビジネスシステムや技術に適合しているかどうか(インターフェース適合)、③企業内部の資源や組織に適合しているかどうか(内部適合)、という観点でその良さを考える。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1週目 教科書「経営戦略の論理(以下、教科書1)」の序章「経営戦略とはなにか」のレクチャーと、事前課題のクラスディスカッション</p> <p>2週目 教科書1の第1章「戦略の顧客適合(1)」のp.34からp.53までのレクチャーと、教科書「ケースブック 経営戦略の論理(以下、教科書2)」の「第1章 花王 市場を創造する商品開発」の事前課題その1のクラスディスカッション</p> <p>3週目 教科書1の第1章「戦略の顧客適合(1)」のp.54からp.66までおよび第2章「戦略の顧客適合(2)」のp.67からp.75までのレクチャーと、教科書2の「第1章 花王 市場を創造する商品開発」の事前課題その2のクラスディスカッション</p> <p>4週目 教科書1の第2章「戦略の顧客適合(2)」のp.75からp.97までのレクチャーと、教科書2の「第1章 花王 市場を創造する商品開発」の事前課題その3のクラスディスカッション</p> <p>5週目 教科書1の第3章「戦略の競争適合(1)」のp.98からp.121までのレクチャーと、教科書2の「第2章 松下電器産業 DVDレコーダーのダントツシェア戦略」の事前課題その1のクラスディスカッション</p> <p>6週目 教科書1の第3章「戦略の競争適合(1)」のp.121からp.129までおよび第4章「戦略の競争適合(2)」のp.130からp.138までのレクチャーと、教科書2の「第2章 松下電器産業 DVDレコーダーのダントツシェア戦略」事前課題その2および「第2章 船井電機 低価格こそが武器」の事前課題のクラスディスカッション</p> <p>7週目 教科書1の第4章「戦略の競争適合(2)」のp.138からp.162までのレクチャーと、教科書2の事前課題「第2章 松下電器産業 DVDレコーダーのダントツシェア戦略」その3のクラスディスカッション</p> <p>8週目 教科書1の第5章「戦略のビジネスシステム適合」のp.164からp.182までのレクチャーと、教科書2の「第3章 HOYA 後発からトップシェアへのビジネスシステム」の事前課題その1のクラスディスカッション</p> <p>9週目 教科書1の第5章「戦略のビジネスシステム適合」のp.182からp.196までのレクチャーと、教科書2の「第3章 HOYA 後発からトップシェアへのビジネスシステム」の事前課題その2のクラスディスカッション</p> <p>10週目 教科書1の第7章「見えざる資産-情報の流れのフレームワーク」のp.236からp.260までのレクチャーと、教科書2の「第5章 アスクル 進化し続けるための情報蓄積」の事前課題その1のクラスディスカッション</p> <p>11週目 教科書1の第7章「見えざる資産-情報の流れのフレームワーク」のp.261からp.277までのレクチャーと、教科書2の「第5章 アスクル 進化し続けるための情報蓄積」の事前課題その2のクラ</p>				

科目番号 2

スディスカッション

- 12週目 教科書1の第8章「戦略の資源適合」のp.278からp.298までのレクチャーと、教科書2の「第6章 ファンケル 資源蓄積を利用した新事業展開」の事前課題その1のクラスディスカッション
- 13週目 教科書1の第8章「戦略の資源適合」のp.298からp.321までをレクチャーと、教科書2の「第6章 ファンケル 資源蓄積を利用した新事業展開」の事前課題その2のクラスディスカッション
- 14週目 教科書1の第9章「戦略の組織適合」のp.322からp.351までのレクチャーと、教科書2の「第7章 トヨタ自動車 初の米国輸出でのオーバーエクステンション」の事前課題その1のクラスディスカッション
- 15週目 教科書1の第9章「戦略の組織適合」のp.352からp.374までのレクチャーと、教科書2の「第7章 トヨタ自動車 初の米国輸出でのオーバーエクステンション」の事前課題その2のクラスディスカッション

＜講義の進め方＞ 本講義では、毎回、講師が用意した資料を用いて教科書1の内容をレクチャーする。受講生は、教科書1の該当範囲を必ず事前に読み込み、理解しておくこと。さらに、教科書2のケースに関する事前課題についても当日クラスで議論する。そのため受講生は、受講前に事前課題に解答し、レポートを作成して、前日の13時までに講師メールアドレスまでeメールに事前課題レポートを添付して提出すること。

＜教科書及び教材＞

教科書1: 伊丹敬之 著、『経営戦略の論理 第3版』、日本経済新聞社

教科書2: 伊丹敬之・西野和美編著、『ケースブック 経営戦略の論理』、日本経済新聞社

＜参考書＞

伊丹敬之 著、『経営を見る眼 日々の仕事の意味を知るための経営入門』、東洋経済新報社

伊丹敬之・加護野忠男 著、『ゼミナール 経営学入門 第3版』、日本経済新聞社

＜成績評価方法＞

下記得点配分で総合的に評価する。

出席点 20 点、授業貢献 20 点、事前課題レポート 39 点、最終レポート 21 点

＜履修条件＞ 第1週が始まる前に、教科書1『経営戦略の論理 第3版』と教科書2『ケースブック 経営戦略の論理』を必ず購入しておくこと。すべての事前課題レポートのテンプレートを本学 SNS に掲載するので、SNS を利用できるようにしておくこと。事前課題は当該テンプレートを利用して作成すること。講義オリエンテーションには必ず参加すること。

＜その他＞ 第1回目授業までに、教科書1の序章「経営戦略とはなにか」を読み込み、理解しておくとともに、事前課題に解答してレポートを提出せよ。なお、課題内容については SNS で告知する。

科目番号 3

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
マーケティング	必修	2	春学期・通期	火曜・6限
担当教員名	信田 和宏			
<p><授業の概要と目的></p> <p>リーマンショック後の日本経済は、先進国のなかで最も回復が遅い国である。やっと、最近、BRICSや近隣アジア諸国市場の発展の恩恵を受けて企業は回復の兆しを見せている。</p> <p>しかしながら、国内の消費は停滞のままでありデフレ経済の中にある。企業環境は国際的な競争激化の中で苦戦を強いられ世界に誇ったモノ作りもマーケティング力の弱さでプレゼンスを失っている。と同時に、今日の個性化した市場を掴むことができないでいる。</p> <p>マーケティングは、今やビジネスの決定的な要素である。その重要性をまず認識、理解し、その根幹である顧客主義とは何かを考え、マーケティングのフレームワークや戦略を体得する。そして、院生の実践的なセンスを養成する。</p> <p>授業では、1. マーケティングの今日的な重要要素を理解する。2. 実際のケースを学び実態と生きた知識を学ぶ。3. 課題を設定しそれを論議し応用度を高める。4. マーケティング戦略立案能力を養う。</p> <p>そして、参加者一人一人が、マーケティング戦略のプロを目指す。</p>				
<p><授業計画></p> <p>1 週目 今、日本の企業が直面する課題とは。そしてマーケティングの役割とは</p> <p>2 週目 マーケティングの歴史的背景と変遷。近代工業化時代から個性化・知価時代へ</p> <p>3 週目 プロダクトアウトからマーケットイン（顧客主義）へ。統合マーケティングとは</p> <p>4 週目 企業の成長戦略とマーケティング</p> <p>5 週目 競争戦略と事例</p> <p>6 週目 マーケティング戦略の条件-コンセプトとポジショニング①</p> <p>7 週目 マーケティング戦略の条件-ポジショニング②とターゲティング</p> <p>8 週目 事例研究 1：トップ企業のマーケティング戦略（ゲスト講師）</p> <p>9 週目 マーケティング戦略の要素-商品計画、価格戦略</p> <p>10 週目 マーケティング戦略の要素-流通戦略と事例（ゲスト講師）</p> <p>11 週目 マーケティング戦略の要素-コミュニケーション戦略①</p> <p>12 週目 マーケティング戦略の要素-コミュニケーション戦略②と顧客管理策</p> <p>13 週目 マーケティング計画の実際</p> <p>14 週目 事例研究 2：トップ企業のマーケティング戦略（ゲスト講師）</p> <p>15 週目 これからのマーケティング</p>				
<p><授業の進め方></p> <p>担当教員が実践に基づいた講義を行う。</p> <p>テーマに従って院生間の討議を行う。</p> <p>ゲスト（企業で活躍する）の実践的な講義で理解を深める。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>「いなかおこし」 信田和宏著、NTT 出版</p> <p>「知価時代のブランド戦略」 信田和宏著、NTT 出版</p> <p>「やさしく作れるコミュニケーション戦略」 信田和宏著、現代企画室</p> <p>「戦略プロフェッショナル」 三枝匡著、日経ビジネス文庫</p>				

<参考書>

「V字奪回の戦略」三枝匡著、日経ビジネス文庫
「マーケティング戦略」P.コトラー著、PHP出版（翻訳本）
「戦略的マーケティング」P.コトラー著、ダイヤモンド社（翻訳本）
「マーケティング戦略」和田充夫他著、有斐閣
「One to One マーケティング」D.ペパーズ他著、ダイヤモンド社（翻訳本）
「ブルーオーシャン戦略」チャン・キム他著、ランダムハウス講談社（翻訳本）
「マーケティングエコノミクス」伊藤元重著、日本経済新聞社
「ポジショニング戦略」アル・ライズ他著、海と月社（翻訳本）
「戦略の本質」野中郁次郎他著、日経ビジネス文庫
「社会調査ハンドブック」鮎戸弘著、日本経済新聞

<成績評価方法>

出席率 80%（欠席者の DVD 視聴を認定）をベースにし、日常レポートを 30%、クラスディスカッション 20%、最終レポートないし試験を 50%としています。

<履修条件>

できるだけ授業の開始前に「戦略プロフェッショナル」三枝匡著を読んでおくこと。

<その他>

授業計画は環境の変化や授業の進行状況によっては前後、もしくは変更することもある。
補講を行うができるだけ留学生には出席を期待する。

科目番号 4

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
会計 I	選択	1	春学期・前期	木曜・6限
担当教員名	津村 怜花			
<p><講義の概要と目的></p> <p>本大学院の修了要件である事業計画書には、財務欄の作成が必要である。本講義においては、その基礎となる複式簿記の構造と、考え方の基礎を学ぶ。これにより、財務諸表の作成および財務諸表を読み解く知識を得ることが本講義の目的である。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 会計情報の役割と会計制度 (テキスト 1・2 章)</p> <p>2 週目 会社の仕組みと貸借対照表 (テキスト 3・4 章)</p> <p>3 週目 在庫の会計と生産設備の会計 (テキスト 5・6 章)</p> <p>4 週目 金融商品の会計と資産・負債の会計 (テキスト 7・8 章)</p> <p>5 週目 損益計算書と営業活動の会計 (テキスト 9・10 章)</p> <p>6 週目 経営管理と会計 (テキスト 13 章)</p> <p>7 週目 期末試験</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>予習として必ず教科書の該当する章を読み、講義に参加することを求める。これを前提として講義を進め、必要に応じて問いに答えてもらう参加型の講義を予定している。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>谷武幸・桜井久勝『1からの会計』(中央経済社, 2009年)</p>				
<p><参考書></p> <p>大阪商工会議所編『ビジネス会計検定 3級』(中央経済社, 2010年)</p> <p>大阪商工会議所編『ビジネス会計検定 2級』(中央経済社, 2010年)</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>講義への参加状況 (20%), 小テスト (20%), 期末試験 (60%)の総合評価による。</p>				
<p><履修条件></p> <p>本講義は、簿記・会計初学者のために開講する、会計学概論に当たる科目である。会計用語や財務諸表の構造などをマスターするために、毎度の出席と講義への積極的な参加を求める。</p> <p>また、財務会計初学者は、本講義では直接扱うことはないものの、会計学の基礎となる複式簿記の知識の習得が不可欠である。このため、本講義と並行して日商簿記検定 3 級程度の基礎知識習得のための学習時間が必要である。</p>				
<p><その他></p> <p>オフィスアワーの活用や SNS メッセージへの講義に対する質問や要望などの投稿も歓迎する。</p>				

科目番号 5

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
会計Ⅱ	選択	1	春学期・後期	木曜・6限
担当教員名	津村 怜花			
<p><講義の概要と目的></p> <p>近年、多くの会計用語が新聞記事やニュースで日常的に用いられている。本講義では、わが国の会計制度および会計基準のポイントを学ぶことで、会計情報を理解する能力を得ることを目的とする。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 企業会計制度の動向 2 週目 財務会計の基本概念（会計公準と企業会計原則） 3 週目 資産会計（流動資産） 4 週目 資産会計（固定・棚卸資産） 5 週目 負債・純資産会計 6 週目 損益会計 7 週目 期末試験</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>講義への積極的な参加を求める。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>特に指定しない。必要に応じて資料を配付する。</p>				
<p><参考書></p> <p>岩崎健久・平石智紀『設例でわかる財務会計論 有報の記載例に学ぶ会計基準の考え方』（中央経済社、2010年） 桜井久勝・須田一幸『財務会計・入門：企業活動を描き出す会計情報とその活用（第6版）』（有斐閣（有斐閣アルマ）、2010年） 谷武幸・桜井久勝『1からの会計』（中央経済社、2009年） 橋本 尚『基本テキスト・シリーズ 財務会計理論』（同文館出版、2010年） 山地憲明『基本テキスト・シリーズ 会計制度（四訂版）』（同文館出版、2009年）</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>講義への参加状況（30%）、小テスト（20%）、期末試験（50%）の総合評価による</p>				
<p><履修条件></p> <p>本講義は、簿記・会計初学者のために開講する、会計学概論に当たる内容である。会計用語や財務諸表の構造などをマスターするために、毎度の出席と講義への積極的な参加を求める。また、財務会計初学者は、会計学の基礎となる複式簿記の勉強も行うこと。</p>				
<p><その他></p> <p>オフィスアワーの活用や SNS メッセージへの講義に対する質問や要望などの投稿も歓迎する。</p>				

科目番号 6

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
会計Ⅲ	必修	2	秋学期・通期	木曜・5限
担当教員名	津村 怜花			
<p><講義の概要と目的></p> <p>本講義では、財務会計に関する基礎的な知識を前提とし、さらに実践的な側面からより実用的な財務諸表の理解と利用方法として、財務諸表分析を学習する。財務 3 表から読み取れる会計情報と共に、安全性、収益性、成長性などの財務情報に対する分析手法を体系的に理解するとともに、実際の財務データを利用したケーススタディを行うことを予定している。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 財務諸表の役割と仕組み 2 週目 財務諸表分析の基礎 3 週目 貸借対照表の見方 4 週目 損益計算書の見方 5 週目 キャッシュ・フロー計算書の見方 6 週目 会計方針の注記 7 週目 中間試験 8 週目 収益性の分析 9 週目 損益分岐点分析 10 週目 安全性の分析 11 週目 成長性の分析 12 週目 事例分析発表 13 週目 生産性の分析 14 週目 利益マネジメントと財務諸表分析 15 週目 期末試験</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>講義中心で進めるが、学生に分析発表を求めることも予定している。また、講義中に計算をする場合もあるため、毎回の講義には商業電卓を持参すること。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>テキストは使用しない。自習の際は下記の参考書の利用を勧める。</p>				
<p><参考書></p> <p>大坂商工会議所『ビジネス会計検定試験 公式テキスト 2 級』（中央経済社，2009 年） 乙政正太『基本テキストシリーズ 財務諸表分析』（同文館出版，2005 年） 乙政正太『財務諸表分析』（同文館出版，2009 年） 神戸大学会計学研究室編『会計学基礎論 第 4 版補訂版』（同文館出版，2010 年） 桜井久勝『財務諸表分析 第 4 版』（中央経済社，2010 年） 桜井久勝『財務会計講義 第 11 版』（中央経済社，2010 年） 谷武幸・桜井久勝『1 からの会計』（中央経済社，2009 年）</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>講義への参加状況(30%)，中間試験(30%)，期末試験(40%)の総合評価による。</p>				
<p><履修条件></p> <p>本講義は財務会計の基礎知識（日商簿記検定 3 級およびビジネス会計検定試験 3 級程度の知識）を有していることを前提に開講される。したがって、財務会計初学者は、並行して基礎知識習得のための学習時間を必要とする。</p>				
<p><その他></p> <p>オフィスアワーの活用や SNS メッセージへの講義に対する質問や要望などの投稿も歓迎する。</p>				

科目番号 7

科目名	選択	単位数	学期	曜日・時限
コーポレートファイナンス	選択	2	秋学期・通期	木曜・6限
担当教員名	高橋 一			
<p><講義の概要と目的></p> <p>企業価値とは何か？ また、それをどの様に評価、計測するかは資本市場で資金を調達する際、最も必用とされることであろう。投資に関する意思決定、資金調達の方法、配当政策等はその様に決定されるのかを理論面から分析するのがコーポレートファイナンスと呼ばれる分野である。本講義では、コーポレートファイナンスの基礎を講義して行く。MBA という、専門家集団にあって（世界の）共通言語を学ぶことが必用である。学生諸君は本分野での専門用語の理解を得ることが、本講義の最低限の目的である。</p>				
<p><講義計画></p> <p>以下の内容に関して教科書に沿った形で講義して行く。内容的にも基礎的な事項が中心であるため、所謂ディスカッション型の講義ではない。講義内容は以下の通り。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. コーポレートファイナンスの視点 2. リスクとリターン 3. 債券と株式の価値 4. キャッシュフローと正味現在価値 5. 事業価値の計測 6. 資金調達と企業価値 7. 投資家への利益還元 8. 企業評価の手法 9. 資産価格の相対評価 10. リアルオプション 				
<p><講義の進め方></p> <p>講義中心である。授業は出来る限り教科書や参考文献に沿った形で進めて行く。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>コーポレートファイナンス入門 野間幹晴、本多俊毅著 共立出版 2005 年</p>				
<p><参考書></p> <p>コーポレートファイナンス 上・下 ブリーリー他 著 日経 BP （藤井訳）</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>小テスト(50%)、宿題(30%)、出席(20%) 授業中の意見等(プラスアルファとしてマックス20%)。勿論、全てに満点を取れば 100 点以上となります。学期の途中と最後に小テストを行う。</p>				
<p><履修条件></p> <p>条件は設定しないが、高卒程度の数学の知識、大学1年生レベルの経済学の知識を持っていると自己判断できる者でないと講義についていくのは難しいでしょう。</p>				
<p><その他></p> <p>特になし。基礎科目ということを意識して履修して下さい。</p>				

科目番号 8

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
経営組織	選択	2	秋学期・通期	火曜・6限
担当教員名	丸山 一芳			
<p><講義の概要と目的></p> <p>「知識創造の源泉は人である」。このことを前提に本講義では、組織論や組織変革、人材マネジメントに関する理論と企業における実態を学ぶことを目的とする。具体的には、組織論の基礎から組織行動論や組織文化論、人材マネジメントなどの論理における概観を習得しつつ、企業組織における諸問題についてケース・スタディを用いながら実務経験をもとに多面的に検討していく。実際の実務現場・理論・事業計画がリンクするように、出席者全員でディスカッションして経営における「組織と人」に関する課題と対策を浮き彫りにする。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 オリエンテーション：講義方針（概要・評価方法・教科書）説明、経営組織論の理論的背景・変遷の概要</p> <p>2 週目 組織観：経営組織への多様なアプローチ</p> <p>3 週目 組織の設計と構造</p> <p>4 週目 組織文化と経営理念：組織の求心力</p> <p>5 週目 日本の経営</p> <p>6 週目 ケース・ディスカッション：ベネッセコーポレーション</p> <p>7 週目 モティベーション：人はなぜ働くのか</p> <p>8 週目 変革のマネジメント</p> <p>9 週目 ミドルマネジャー</p> <p>10 週目 経営戦略と組織</p> <p>11 週目 ケース・ディスカッション：ヤマト運輸</p> <p>12 週目 人材マネジメント：インセンティブに関する理論と実践</p> <p>13 週目 組織と信頼</p> <p>14 週目 知識経営：組織的知識創造理論と実践</p> <p>15 週目 最終試験</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>講義の中で受講生とのインタラクションを重視し、随時討議をおこなう。 講義とグループワーク（もしくは個人課題）を中心に受講生の人数やプロフィールにあわせた柔軟な講義をおこなう。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>資料およびケースを配布（詳しくは初回に説明）。</p>				
<p><参考書></p> <p>ハーバート・A.サイモン『新版 経営行動-経営組織における意思決定過程の研究』ダイヤモンド社、 スティーブン・P.ロビンズ『新版 組織行動のマネジメント-入門から実践へ』ダイヤモンド社、 金井壽宏・高橋潔『組織行動の考え方-ひとを活かし組織力を高める 9つのキーコンセプト』東洋経済新報社、 リチャード・L.ダフト『組織の経営学-戦略と意思決定を支える』ダイヤモンド社、 クリストファー・A.バートレット&スマントラ・ゴシャール『新装版 個を活かす企業』ダイヤモンド社、 C.オライリー&J.フェファー『隠れた人材価値』翔泳社、 奥林康司『入門 人的資源管理』中央経済社、 守島基博『人材マネジメント入門』日経文庫、 野中郁次郎・竹内弘高『知識創造企業』東洋経済新報社</p>				

科目番号 8

<成績評価方法>

授業でのディスカッションへの貢献 30%、課題発表 50%、最終レポート 20%の総合評価。

<履修条件>

金井壽宏『経営組織』日経文庫を1回目の講義までに読了すること。
課題等の負担が大きいため積極的な受講態度が維持できる受講者を望む。

<その他>

SNS等を用いて、シラバス内容の詳細連絡や書籍の案内などを行う予定。

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
オペレーションズマネジメント	選択	1	秋学期・前期	水曜・6限
担当教員名	羽田 隆男			
<p><講義の概要と目的></p> <p>製造業やサービス業において発生する経営上の諸問題を発見し解決するための数理的な理論・技法、およびそれらの活用方法について解説する。本講義の目的は以下の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 生産やサービスのマネジメントに関する諸問題を数理的にモデル化する方法を理解する。 2. モデル化した問題のソリューションを効率的に求めるための理論と技法を修得する。 3. 線形計画法や階層化意思決定法の応用例を通してそれらの有効性・実用性を理解する。 4. 数理的なマネジメント技法を実際の経営問題に即して応用できる統合力を養成する。 				
<p><講義計画></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 週目 オペレーションズマネジメント： オペレーションズマネジメントの意義、オペレーションズ・リサーチ (OR) 2 週目 線形計画問題とその解法： 定式化、幾何学的解法、シンプレックス法、ソルバーの使用と演習 3 週目 線形計画法の応用： 生産計画問題、ゲームの理論、純粹戦略、混合戦略と線形計画法 4 週目 プロジェクトスケジューリング： アローダイヤグラム、結合点時刻、余裕時間、日程の短縮、3点見積り法 5 週目 階層化意思決定法 (1)： 階層図、一対比較、幾何平均法、ウエイトの決定、整合性の判定 6 週目 階層化意思決定法 (2)： アクターの導入、AHP の応用事例、課題に対するプレゼンテーション 7 週目 ネットワーク計画法： 経路問題、最小費用流問題、最大流問題、ネットワーク理論の応用 				
<p><講義の進め方></p> <p>講義を中心とするが、質問やディスカッションの時間もできるだけ多く設定する。また、理解を深めるために演習をできるだけ多く実施する。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教科書は特に指定しない。「オペレーションズ・リサーチ」講義用資料〔Ⅰ〕、〔Ⅱ〕、〔Ⅲ〕を配布する。また、必要に応じてプリントを配布する。</p>				
<p><参考書></p> <p>「オペレーションズ・マネジメント：経営の科学とその応用」上田 徹、牧野書店 (2006 年) 「オペレーションズ・マネジメントの基礎」圓川隆夫、朝倉書店 (2009 年) 「OR へのステップ」長畑秀和、共立出版 (2007 年) 「経営情報学講座 10－経営科学」定道 宏、オーム社 (2005 年) 「オペレーションズ・リサーチ：システムマネジメントの科学」貝原俊也、オーム社 (2004 年) 「オペレーションズ・リサーチ-その技法と実例-」榛沢芳雄 編著、コロナ社 (1996 年)</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席が 80% を超えた院生に対して、提出課題に対するレポートの内容、講義中に提出する演習問題の解答、ディスカッションへの貢献度をそれぞれ 5:3:2 程度の配分比率によって総合的に評価する。</p>				

科目番号 9

＜履修条件＞

定量的・数理的なアプローチに関心があれば、履修条件は特に必要としない。

＜その他＞

オペレーションズマネジメントにおける数理的なモデルは確定的モデルと確率的モデルに大別されるが、本講義においては主に前者について講述する。また、講義中に演習を行うので電卓を持参すること。

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
技術経営の基礎	選択	2	春学期・通期	水曜・6限
担当教員名	郷道 博宣			
<p><講義の概要と目的></p> <p>技術の変革は、製造業ばかりでなくどの業種の企業にとっても、その経営に大きな影響をもたらし、避けて通れない問題である。</p> <p>この授業では、技術的な内容ではなく、技術を経営にどう生かすか、技術の変化にどのように対応していけば良いかなど、企業経営における技術に焦点をあてて、その重要性、イノベーション、競争優位の論理や考え方などについて学ぶことを目的とする。具体的には、技術と企業競争、商品の差別化や企業の競争力向上などの経営課題について、実際の例を取り上げ、関連する理論や諸概念の概観を修得しつつ、ビジネス活動の背後にある論理や考え方などについて、討論や講義を通して学び、技術の企業経営における重要性や影響、戦略について理解を深める。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 技術経営とは</p> <p>2 週目 顧客適合</p> <p>3 週目 イノベーション</p> <p>4 週目 ビジネスシステム</p> <p>5 週目 組織能力の構築</p> <p>6 週目 製品アーキテクチャー</p> <p>7 週目 技術革新と企業競争</p> <p>8 週目 技術開発とジレンマ</p> <p>9 週目 技術戦略</p> <p>10 週目 知的財産の重要性（外部講師）</p> <p>11 週目 新商品による市場創造</p> <p>12 週目 商品差別化による競争優位</p> <p>13 週目 商品開発の実際例（外部講師）</p> <p>14 週目 商品戦略とビジネスモデル</p> <p>15 週目 事業システムと価値創造</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>前週に配布される具体的事例の資料を読み、簡単な質問に対する小レポートを講義前日の15:00までに講師のメールアドレス宛に提出し、事例に関する理解を深めておく。</p> <p>授業では事例に関する議論及び講義を行い、関連する論理や考え方を学ぶ。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教科書は使用しないが、下記の参考書の内容を適宜利用し、必要に応じ参考資料を配布する。</p>				
<p><参考書></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「MOT 技術経営入門」 延岡健太郎著、日本経済新聞社 ・ 「経営戦略の論理」 第3版 伊丹敬之著、日本経済新聞社 ・ 「イノベーションのジレンマ」 クレイトン・クリステンセン著、翔泳社 ・ 「イノベーションへの解」 クレイトン・クリステンセン著、翔泳社 ・ 「技術者の為のマネジメント入門」 伊丹敬之・森健一編、日本経済新聞社 ・ 「イノベーションと競争優位」 榊原清則、香山晋編著、NTT出版 ・ 「競争戦略論」 青島矢一・加藤俊彦著、東洋経済新聞社 ・ 「競争戦略論 I」 マイケル・E・ポーター著、ダイヤモンド社 				

科目番号 10

＜成績評価方法＞

授業への出席、議論への参加・貢献、小レポート・最終レポートを 20 : 20 : 60 の割合で評価する。

＜履修条件＞

特になし

＜その他＞

連絡が必要な事項が生じた場合には、SNS などを利用して行う。

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
企業倫理	必修	2	秋学期・通期	金曜・6限
担当教員名	鈴木 広樹			
<p><講義の概要と目的></p> <p>この講義では、企業と社会の関係がどうあるべきかについて考えてもらう。なお、社会と言ったが、これは企業の利害関係者と言い換えることができる。</p> <p>講義計画は以下に記載したとおりだが、まず企業とその資金提供者との関係のあり方、すなわち企業統治について考えてもらった後、企業とその全ての利害関係者との関係のあり方、すなわち企業の社会的責任について考えてもらう。そして、最後に企業と国及び地方公共団体との関係のあり方について考えてもらう。なお、外部講師の招聘を複数回予定している。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 オリエンテーション</p> <p>2 週目 株式会社の仕組み</p> <p>3 週目 日本企業における企業統治の特徴</p> <p>4 週目 企業による情報開示 1</p> <p>5 週目 企業による情報開示 2</p> <p>6 週目 企業による情報開示 3</p> <p>7 週目 公開企業と非公開企業 1</p> <p>8 週目 公開企業と非公開企業 2</p> <p>9 週目 企業活動に対する規制 1</p> <p>10 週目 企業活動に対する規制 2</p> <p>11 週目 企業活動に対する規制 3</p> <p>12 週目 企業の社会的責任 1</p> <p>13 週目 企業の社会的責任 2</p> <p>14 週目 企業と国及び地方公共団体との関係</p> <p>15 週目 期末テスト</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>講義を中心とするが、受講者に対して意見を求めることがある。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>その都度資料を配布するが、副読本として以下の書籍を使用する。</p> <p>『株式投資に活かす適時開示』鈴木広樹著、国元書房</p>				
<p><参考書></p> <p>『株式投資の基本－伸びる会社がわかる財務諸表の読み方』鈴木広樹著、税務経理協会</p> <p>『企業の社会的責任（CSR）の基本がよくわかる本』海野みづえ著、中経出版</p> <p>『CSR 入門 - 「企業の社会的責任」とは何か』岡本亨二著、日本経済新聞社</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>期末テストの結果 90%、出席状況及び受講態度 10%の割合で評価する。</p>				
<p><履修条件></p> <p>特になし。</p>				
<p><その他></p> <p>特になし。</p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
ビジネスプラン作成法	必修	2	春学期・通期	月曜・5限
担当教員名	柳沢 信一郎			
<p><授業の概要と目的></p> <p>1. ビジネスプラン作成に必要な「2つの力」の修得を目指す。</p> <p>①知識・技能・・・一般的な手順・方法、ツールの使い方など</p> <p>②スキル・・・仮説構築力、論理的思考力、直観力など</p> <p>2. 授業は講義と実習で構成される。</p> <p>①講義では主に必要な知識や方法論を学ぶ。</p> <p>②実習ではビジネスプラン作成を模擬体験することにより、方法論を体得し、スキルの基礎作りを目指す。</p>				
<p><授業計画></p> <p>1 週目 ■この科目で学んでいただきたいこと</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ビジネスプラン作成の基本 ○ビジネスプラン作成に必要な「2つの力」 ○ビジネスプラン作成に必要なスキルについて <p>2 週目 ■起業に向けたビジネスプランとは</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ビジネスプランの基本3要素 ○ビジネスプランの作成手順 ○ビジネスプランの構成 <p>3 週目 ■テーマ選定①</p> <ul style="list-style-type: none"> ○テーマ探索の方法 ○ワークシートによるテーマ探索(※テーマ探索のミニ演習) <p>4 週目 ■テーマ選定②</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ワークシートによるテーマ探索結果について(ミニ演習結果の発表) <p>5 週目 ■事業企画①</p> <ul style="list-style-type: none"> ○事業の全体構想の設計 ○情報の収集と分析の方法 <p>6 週目 ■事業企画②</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ビジネスモデルの構築 ○事業の成立可能性の一次評価 <p>7 週目 ■フィージビリティスタディ (F/S)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ F/S とは ○市場調査の役割と方法 <p>8 週目 ■ビジネスプラン作成実習①</p> <p>9 週目 ■ビジネスプラン作成実習②</p> <p>10 週目 ■ビジネスプラン作成実習③</p> <p>11 週目 ■ビジネスプラン作成実習④</p> <p>12 週目 ■ビジネスプラン作成実習⑤</p> <p>13 週目 ■ビジネスプラン作成実習⑥</p> <p>14 週目 ■ビジネスプラン作成実習⑦</p> <p>15 週目 ■ビジネスプラン作成実習⑧</p> <ul style="list-style-type: none"> ○実習での成果物の発表 				

科目番号 12

<授業の進め方>

1. 講義と個人またはグループによる実習を組み合わせる。前半は講義を中心に、後半は実習を中心に行う。
2. 実習はビジネスプラン作成手順・方法の中から、課題を選び、ガイダンスを行ったうえで、次週までの宿題方式で進める。

○実習課題の例・・・「テーマ(候補事業)の選定」「市場調査計画の策定」「統計情報の活用方法」「アンケート調査、インタビュー調査の方法」「競合分析・市場動向調査」「収支シミュレーションモデルの作成」「事業戦略の立案」

※ 実習の具体的な進め方は受講者の構成などを踏まえ、授業開始後に決める。

<教科書及び教材>

教材・資料は必要に応じて配布する。

<参考書>

(株)グロービス「MBA ビジネスプラン」(ダイヤモンド社)
加護野忠男・井上達彦「事業システム戦略」(有斐閣アルマ)

<成績評価方法>

出席率 2/3 以上を条件に、①出席状況、②期末レポート、③実習の成果により評価する。
成績評価の比重は概ね①を 4 割、②、③を合わせて 6 割とする。

<履修条件>

パソコン、インターネットの利用経験があること。

<その他>

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
経営戦略特論	選択	1	春学期・後期	木曜・6限
担当教員名	阿部 新生			
<p><講義の概要と目的></p> <p>『失敗に学ぶ経営』が本講の副題である。企業は成功事例をはるかに上回る失敗を日常的に繰り返している。そして華やかな事業の成功例を面白おかしく学ぶよりも、暗くつらい失敗事例の中からどうすれば失敗しないようにすることが出来るか、絞り出すような考察の結果を学ぶ方がはるかに身につく、と考えている。本講では事業に成功する為の戦略的留意点は何か、という問いから入り、それでも失敗するのは何故かを考え、最後にどうすれば失敗せず、成果を上げることが出来るサラリーマンになることが出来るか、を追及する。最初と最後はテキスト（ベストセラーと古典）を使い、読み込むことにより、より深い考察に到達することを目指す。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 講義の流れ、経営戦略とは何か、どう役に立つのか、</p> <p>2 週目 成功する為の戦略理論とはどんなものか ；ベストセラーのテキストに沿って説明</p> <p>3 週目 それでも失敗するのは何故か、現実には何が起きているのか、</p> <p>4 週目 失敗した事業のケーススタディ、成功と失敗を分けたのは何か、</p> <p>5 週目 失敗から我々は何を学ぶことが出来るか、</p> <p>6 週目 仕事をする上で着実に成果を上げ、失敗しない為には何をすべきか、 ；古典に学ぶ</p> <p>7 週目 まとめ</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>基本的にその日のテーマを約 60 分程度講義し、残りの 30 分で双方向の議論を展開することにより理解を深めることを目指したい。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>最初に「ストーリーとしての競争戦略」楠木建 東洋経済新報社版 を使い、最後に「経営者の条件」P.F. Drucker ダイヤモンド社版 を教材として使用する。（上記の本を必ず購入し毎回教材として使用することは考えていません。講義の中でそれらの本のエッセンスをつまみあげながら説明し、議論を展開していくことを予定しています。さらに深く理解したい人だけが原本を読むということを想定しています。）</p>				
<p><参考書></p> <p>「経営戦略の論理」伊丹敬之、「経営戦略の思考法」沼上幹、「競争の戦略」M.Porter、「戦略暴走」三品和弘、「自滅する企業」J.N.Sheth、「ビジョナリカンパニー③衰退の5原則」J.C.Collins、「現代の経営」P.F.Drucker、「失敗の本質」戸部良一他</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席 50%、討議への参加 30%、レポート 20%</p>				
<p><履修条件> とくにありません</p>				
<p><その他></p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
リーダーシップ	選択	1	春学期・前期	水曜・5限
担当教員名	丸山 一芳			
<p><講義の概要と目的> 「知識創造を導くリーダーシップ」をテーマに本講義では、リーダーシップにまつわる諸課題について議論する。そもそもリーダーシップとは、後天的に身につけることのできるものであるのか？ トップマネジメントにだけ必要な能力であるのか？この分野は、「経営組織」がマクロ組織の論理であるのに対して、よりミクロの視点からリーダーの行動や資質・上下関係・リーダーシップの身につけ方などを考察・議論するものである。</p>				
<p><講義計画></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 週目 オリエンテーション：講義方針(概要・評価方法・教科書)説明、リーダーシップ論の理論的背景・変遷の概要 2 週目 リーダーシップスタイル：マネジャーとリーダーのちがい等 3 週目 リーダーとフォロワー：上司をマネジメントする等 4 週目 モティベーション：Y理論は万能ではない等 5 週目 学習する組織：チームや組織の学習や知識創造等 6 週目 あたらしいリーダーシップ論：サーバント・リーダーシップ等 7 週目 最終試験 				
<p><講義の進め方> 講義の中で受講生とのインタラクションを重視し、随時討議をおこなう。 講義とグループワーク(もしくは個人課題)を中心に受講生の人数やプロフィールにあわせた柔軟な講義をおこなう。</p>				
<p><教科書及び教材> 資料およびケースを配布(詳しくは初回到説明)。</p>				
<p><参考書> ジョン.P. コッター『リーダーシップ論-いま何をすべきか』ダイヤモンド社 ジョン.P. コッター『幸之助論-「経営の神様」松下幸之助の物語』ダイヤモンド社 ノール.M. ティシー&ナンシー・カードウェル『リーダーシップ・サイクル-教育する組織をつくるリーダー』東洋経済新報社 ヘンリー・ミンツバーグ『マネジャーの実像-「管理職」はなぜ仕事に追われているのか』日経 BP社</p>				
<p><成績評価方法> 授業でのディスカッションへの貢献 30%、課題発表 50%、最終レポート 20%の総合評価。</p>				
<p><履修条件> 人材マネジメントを履修済みであることが望ましい。 金井壽宏『リーダーシップ入門』日経文庫を1回目の講義までに読了すること。 課題等の負担が大きいため積極的な受講態度が維持できる受講者を望む。</p>				
<p><その他> SNS等を用いて、シラバス内容の詳細連絡や書籍の案内などを行う予定。</p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
中小企業成長戦略	選択	2	春学期・通期	金曜・5限
担当教員名	上村 孝樹			
<p><講義の概要と目的></p> <p>良い企業とは、成長とは何か。現在の日本市場のような非成長型の経済下では、ブロードバンドのインフラを活用し、人が育ち、やる気創造が生まれ、ビジネスを継続させていく戦略が重要である。この授業では、講義、事例研究、ディスカッションによって21世紀の成長戦略とそれを実現するビジネスモデル/マネジメント革新を学ぶ。</p> <p>また成長するにふさわしい良い企業とは何か、を知るために企業診断、ホームページ診断、ビジネス創造演習、21世紀型経営指標などの演習も適宜行う。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 良い企業とは何か、成長とは何か、を考えよう(1)</p> <p>2 週目 良い企業とは何か、成長とは何か、を考えよう(2)</p> <p>3 週目 21世紀市場の特質。20世紀との違い、21世紀で勝ち抜くための戦略(1)</p> <p>4 週目 21世紀市場の特質。20世紀との違い、21世紀で勝ち抜くための戦略(2)</p> <p>5 週目 21世紀市場で勝ち抜くビジネスモデルを考える・事業創造演習(1)</p> <p>6 週目 21世紀市場で勝ち抜くビジネスモデルを考える・事業創造演習(2)</p> <p>7 週目 経営の自立化を考える(1)・経営自立化の要件</p> <p>8 週目 経営の自立化を考える(2)・事例研究 1</p> <p>9 週目 経営の自立化を考える(3)・事例研究 2</p> <p>10 週目 経営のオープン化を考える(1)・経営オープン化の要件</p> <p>11 週目 経営のオープン化を考える(2)・事例研究 1</p> <p>12 週目 経営のオープン化を考える(3)・事例研究 2</p> <p>13 週目 満足度経営を考える(1)・満足度経営の要件</p> <p>14 週目 満足度経営を考える(2)・事例研究 1</p> <p>15 週目 満足度経営を考える(3)・事例研究 2</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>講義時間を半分程度にしてワークショップ(企業診断・分析やディスカッション)に割く</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>資料を作成して配布します</p>				
<p><参考書></p> <p>「IT 経営百選データブック 2」 上村孝樹編著 株式会社アイテック刊 (2007年6月)</p> <p>「経営革命者」 上村孝樹著 株式会社アイテック刊 (2007年5月)</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>授業出席点(30%)、授業感想提出点(15%)、試験レポート評価点(55%)</p>				
<p><履修条件></p> <p>事例研究企業を事前にインターネット検索して調査。試験レポート提出は word</p>				
<p><その他> 授業の進行状況によっては、情報発信戦略などの診断評価を組み入れます。</p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
ブランドコミュニケーション	選択	2	秋学期・通期	火曜・5限
担当教員名	信田 和宏			
<p><授業の概要と目的></p> <p>ブランドの確立はこれまでマーケティング活動の目標であった。しかし、今日、ブランド（戦略）は企業戦略の一環として位置づけられている。それは、ブランド戦略がグローバル社会における重要な差別化戦略であり、また、社会的貢献の指針をともなっているからである。そのような背景のもと、授業では以下の目的を持って進行する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. なぜ、ブランドがクローズアップされてきたかの背景とブランドの意味を考える。 2. 成長企業のブランド化への足跡をたどる。 3. ブランド化する（ブランディング）ための戦略作成手順を習得する。 4. 成功している企業の実例をゲスト講師（企業の幹部）から学ぶ。 5. 特定の商品やサービスをとりあげてブランド戦略を作成する演習（グループ作業）を行う。 				
<p><授業計画></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 週目 ブランドとは何か。ブランド体験とは。ブランド展開の事例 2 週目 ブランドが叫ばれた背景と歴史。B2B ビジネスと B2C ビジネスのブランド観 3 週目 ブランドの評価軸。ブランドの 3 つのカテゴリー 4 週目 ブランドを構成する要素 5 週目 パワーブランドとそのコアバリュー（事例から） 6 週目 トップ企業の商品ブランド戦略事例 1（ゲスト講師） 7 週目 企業ブランドと商品ブランドについて～ブランド形成プロセス事例 8 週目 ブランド力を高めるブランド拡張 9 週目 トップ企業の企業ブランド戦略事例 2（ゲスト講師） 10 週目 ブランド戦略作成の手順と基本メッセージの作成法 11 週目 偽ブランド対策について～ブランド企業の対応（ゲスト講師） 12 週目 ブランド戦略作成作業 1（グループ作業） 13 週目 ブランド戦略作成作業 2（グループ作業） 14 週目 グループ作業のプレゼンテーション 15 週目 地域ブランド戦略について 				
<p><授業の進め方></p> <p>基本は担当教員が論じていくが、テーマによっては各自院生からの発表機会をもつ。また、ゲストによる実践的な講義やグループディスカッションを行う。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>「いなかおこし」信田和宏著、NTT 出版 「やさしく作れるコミュニケーション戦略」信田和宏著、現代企画室 副読本として「ブランド戦略」（授業参加者に配布）信田和宏著</p>				
<p><参考書></p> <p>「知価時代のブランド戦略」信田和宏著、NTT 出版 「ブランド大繁盛」堺屋太一著、NTT 出版 「ブランド戦略の実際」小川孔輔、日経文庫 「ブランド資産価値経営」スコット他著、日本経済新聞（翻訳本） 「P&Gのブランド戦略」C.デッカー著、ダイヤモンド社（翻訳本）</p>				

科目番号 16

「ブランドエクイティ戦略」 A. アーカー著、ダイヤモンド社（翻訳本）
「五感刺激のブランド戦略」 M. リンストローム著、ダイヤモンド社（翻訳本）
「地域ブランドと産業振興」 関満博著、新評論

<成績評価方法>

出席率 80%（欠席者の DVD 視聴を認定）をベースにし、日常レポートを 30%、クラスディスカッション 20%、最終レポートないし試験を 50%としています。

<履修条件>

できるだけマーケティングの授業を修了しておくことが望ましいがこの限りではない。

<その他>

授業計画は市場環境の変化や講義の進行状況、そして、ゲスト講師のスケジュールなどによって前後、または変更する場合がある。

補講を数回行うが、留学生の参加を期待したい。

科目番号 17

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
サービスマネジメント	選択	2	春学期・通期	金曜・5限
担当教員名	赤堀 浩一郎			
<p><講義の概要と目的></p> <p>現在、日本では新たな成長のシナリオとして様々な構造改革が求められている。中でも、サービス産業への産業構造の転換は極めて重要である。しかしながら、日本のサービス業は欧米先進国と比較しても生産性が低い等の理由からいまだ競争力があるとは言えない。</p> <p>この授業では、サービスマネジメントの枠組みや、現在の日本におけるサービス業の課題や傾向を体系的に理解した上で、自らが新たなサービス事業を創りだし、最適なマネジメントを実践する力を養うことを目指す。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 イン트로ダクション</p> <p>2 週目 サービスマネジメント概要① (サービス企業を取り巻く現状と課題)</p> <p>3 週目 サービスマネジメント概要② (サービスの特徴とは?)</p> <p>4 週目 サービスマネジメント概要③ (サービスマネジメントとは?)</p> <p>5 週目 人材組織マネジメント① (現場主義の実現に向けて)</p> <p>6 週目 人材組織マネジメント② (インターナルマーケティングとは?)</p> <p>7 週目 サービスマーケティング① (サービスマーケティング概要)</p> <p>8 週目 サービスマーケティング② (リレーションシップマーケティングとは?)</p> <p>9 週目 サービス企画概論 (サービス企画を行う上でのポイント)</p> <p>10 週目 学生プレゼンテーション (新サービス事業企画)</p> <p>11 週目 学生プレゼンテーション (新サービス事業企画)</p> <p>12 週目 学生プレゼンテーション (新サービス事業企画)</p> <p>13 週目 学生プレゼンテーション (新サービス事業企画)</p> <p>14 週目 学生プレゼンテーション (新サービス事業企画)</p> <p>15 週目 まとめ</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>サービスマネジメント概要は講義形式で行い、随時、質疑やディスカッションを取り入れて行く。学生プレゼンテーションは、講義で学んだ知識や情報をベースに各人が独自のサービス事業企画案をプレゼンテーションする。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>「サービスマネジメント入門 第3版 ―ものづくりから価値づくりの視点へ―」 近藤隆雄著 生産性出版</p>				
<p><参考書>特になし</p>				
<p><成績評価方法> 授業への参加度とプレゼンテーションを 5:5 の比率にて総合評価する</p>				
<p><履修条件> 特になし</p>				
<p><その他> 特になし</p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
データ解析	選択	2	秋学期・集中	※
担当教員名	馬場 康維			
<p><講義の概要と目的></p> <p>起業、事業の展開、維持、発展という様々な場面で、データを活用した客観的でクールな推論、判断が必要である。この授業では、データに基づく推論、意思決定に必要なデータ解析の手法を学習し、ビジネスモデルの構築にデータの活用ができる力を養うことを目的とする。</p> <p>授業は、実際のデータの読み解きの能力を身に付けることを主眼とし、そのために、統計各手法を用いたデータの記述、それに基づく推論、意思決定の方法等について解説する。</p>				
<p><講義計画></p> <p>【1日目：10月15日(土)(14:40～17:50)】</p> <p>第1回 データ解析概論（講義） 講義：データによる現状把握，推論，予測，実証／仮説の構成と実証 例：人口構成からみた将来の問題，家計調査からみた都市の特徴など</p> <p>第2回 データの表現（講義と演習） 講義：ヒストグラムによる分布の表現と集団の比較／ジニ係数による格差の表現／ 多次元のデータによる市区町村の特徴づけ 演習：エクセルによる集計とグラフ化</p> <p>【2日目：10月22日(土)(14:40～17:50)】</p> <p>第3回 報告に必要な技術（小班に分けたパソコン実習） ウェブ検索／データ・画像の取り込み／レポートの書き方／文献の引用</p> <p>第4回 データ解析に必要な統計学の基礎（講義と演習） 講義：平均／分散／標準偏差／相関係数／直線回帰／ヒストグラム／散布図 実習：エクセル，JMP を使用して、数値を求めたりグラフを描く</p> <p>【3日目：10月29日(土)(14:40～17:50)】</p> <p>第5回 分布の表現（講義と演習） 講義：経験分布／ヒストグラム／棒グラフ 理論分布／正規分布／2項分布 演習：エクセル，JMP を使用</p> <p>第6回 データの獲得（講義と演習） 講義：官庁統計／国勢調査／家計調査／国民生活基礎調査／学校基本調査／法人企業 統計調査 演習：国勢調査データの利用／潜在購買力／潜在労働力 ウェブからのデータマイニング／TV 視聴率／売れ筋商品</p> <p>【4日目：11月5日(土)(14:40～17:50)】</p> <p>第7回 系列データ（講義と演習） 時系列／移動平均，トレンド，変動幅等の発見（二宮尊徳のデータ） 二つの系列の比較／タイムラグの効果</p> <p>第8回：分析テーマの設定（グループ学習） 実習：受講者を小班に分け，起業を想定したテーマについて議論する</p> <p>【5日目：11月19日(土)(13:00～17:50)】</p> <p>第9回：多変数のデータ解析（講義と演習） 講義：関連を見る，分類をする，推測をする，診断をするときに使われる手法の解説 演習：エクセル，JMP を用いた分析演習</p> <p>第10回：データマイニングから分析へ（講義・実習）</p>				

科目番号 18

<p>講義：データの発掘の方法と分析の方法 演習：インターネット検索／データマイニング／分析／レポート</p> <p>第11回：総合演習 実習：起業を想定したテーマについて小班に分かれてディスカッションする</p> <p>【6日目：11月26日(土)(14:40～17:50)】</p> <p>第12回：質的データの分析（講義と演習） 講義：調査データの分析／開発製品の評価／クライアントの分析／尺度構成 数量化法／因子分析</p> <p>第13回：総合演習 グループディスカッション</p> <p>【7日目：12月10日(土)(14:40～17:50)】</p> <p>第14回：総合演習 分析結果の発表</p> <p>第15回：確率モデルの応用 講義：リスク分析などに応用できる方法の解説 ロジスティック回帰分析／自己回帰モデル</p>
<p><教科書及び教材> 適宜資料を配布する。</p>
<p><参考書> 統計学の基礎の復習には下記の2点を挙げておく。 ・ホーエル著（浅井、村上訳）『初等統計学』培風館 ・東京大学教養学部統計学教室編『統計学入門』 ソフトウェアを用いた解説書として下記の2点を挙げておく。 ・田久浩志、林俊克、小島隆矢著『JMPによる統計解析入門第2版』オーム社 ・新村秀一著『JMPによる統計レポート作成法』丸善</p> <p>一般的参考書 ・小樽商科大学ビジネススクール編『MBAのためのビジネスプランニング』同文館出版 ・三浦良造著『リスクとデリバティブの統計入門』</p>
<p><成績評価方法> 成績については、レポート、出席、ディスカッションへの貢献にたいして6:2:2程度の比率で重みをつけ総合的に評価する。</p>
<p><履修条件> パソコン操作に慣れていること。</p>
<p><その他> 受講希望者は、別紙エントリーシートに必要事項を記入して事前に提出のこと。受講者は24名限定。24名を超える場合は、この申請書を参考にして選考する。詳しくは教務に。</p>

※ この講義は

- 10月15日(土)、3限、4限 (14:40～17:50)
- 10月22日(土)、3限、4限 (14:40～17:50)
- 10月29日(土)、3限、4限 (14:40～17:50)
- 11月5日(土)、3限、4限 (14:40～17:50)
- 11月19日(土)、2限、3限、4限 (13:00～17:50)
- 11月26日(土)、3限、4限 (14:40～17:50)
- 12月10日(土)、3限、4限 (14:40～17:50)

の予定で行います。

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
企業研究	選択	1	春学期・集中	※
担当教員名	田村 真理子			
<p><授業の概要と目的></p> <p>新事業に取り組もうとする企業家などにとって先行事例は貴重な情報源である。それを有効に活用するためには、ケース分析手順の知識や学習能力が必要であり、これらの習得を目的とする。ケーススタディから企業戦略の問題点や、起業家の成功、失敗要因などを把握する。グループに分かれて事業計画作成に必要な要素を学ぶ。</p>				
<p><授業計画></p> <p>1 週目 ケーススタディから起業や新事業立ち上げの動機などを分析し、グループで発表</p> <p>2 週目 ケーススタディから事業コンセプトの構築などを分析し、グループで発表</p> <p>3 週目 ケーススタディから競争戦略・販売戦略などを分析し、グループで発表</p> <p>4 週目 ケーススタディから新事業などの今後の展望などを予想し、グループで発表</p> <p>5 週目 ケーススタディから創業から事業展開などを分析し、グループで発表</p> <p>6 週目 ケーススタディから事業支援者など外的要因などを分析し、グループで発表</p> <p>7 週目 ケーススタディの方法論のまとめ、試験</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教科書は特に指定しない。必要に応じてプリントを配布する。</p>				
<p><参考書></p> <p>随時提示する。</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席が 70%を超えた院生に対して、クラスディスカッションへの貢献 2 割、ビジネスプラン作成への貢献 2 割、中間レポートへの評価 3 割、最終試験への評価 3 割の配分比率によって成績評価する。</p>				
<p><履修条件></p> <p>履修条件は特に必要としない。</p>				
<p><その他>特になし。</p>				

※ この講義は

5 月 21 日(土)、1 限、2 限、3 限、4 限 (10:30~17:50)

5 月 28 日(土)、2 限、3 限、4 限 (13:00~17:50)

の予定で行います。

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
新興国進出のビジネス戦略	選択	1	春学期・前期	火曜・5限
担当教員名	富山 栄子			
<p><講義の概要と目的></p> <p>世界経済において、東アジア諸国やBRICS諸国（ブラジル、ロシア、インド、中国）等の新興諸国が際立った高成長を遂げている。今後はこれらの新興諸国が今後成長の主演となることが予想され、日本企業も新たな成長エンジンを見据え新興諸国での戦略展開を拡大している。日本企業はハイエンド市場を中心に、主として高品質高価格の製品を世界に供給してきたが、今後は途上国や新興国市場の成長といったグローバル市場の構造変化にも対応し、ボリュームゾーン、さらにはBOP層（Base of the Economic Pyramid:一人当たり年間所得が3000ドル以下の低所得階層）をも視野に入れ、事業展開の幅を拡大していくことが求められている。そのためには、高性能・高品質やブランドも活かしつつ、各地域の顧客が求める性能や価格水準にも対応した製品サービス開発に向け、イノベーション、マーケティングや人材戦略、オペレーション戦略など新しい発想に基づくビジネスモデルの展開が必要となってきている。本講義の目的はそうした新興国進出のためのビジネス戦略の諸理論を製造業とサービス業のケースを用いて学ぶことにある。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目(5.10)新興国ビジネスとブルー・オーシャン戦略 - 新興国のボリュームゾーンをいかに攻略するか? - イノベーションのジレンマ、適正品質と過剰品質</p> <p>2 週目(5.17) 新興国ボリュームゾーンをいかに攻めるか - 韓国現代自動車のバリュー・フォー・マネー戦略と現地適応化戦略 -</p> <p>3 週目(5.24)海外市場進出の諸理論 - ユニチャームのインドネシア BOP ビジネス戦略 -</p> <p>4 週目(5.31) 国際フランチャイズの諸理論と日系コンビニの新興国参入戦略 - ファミリーマートの台湾、中国市場進出 -</p> <p>5 週目(6.7) 学習塾の新興国進出ビジネス戦略 - 公文教育研究会のインド市場参入方法とノウハウ移転 -</p> <p>6 週目(6.14) 外食チェーン店の新興国進出ビジネス戦略 - 味千ラーメンの中国を中心とした国際フランチャイズ戦略 -</p> <p>7 週目(6.21) 外食チェーン店の新興国進出ビジネス戦略 - 吉野家の国際フランチャイズ戦略 -</p> <p>※ 受講者の中で希望される方は 2011 年 8 月末に中国・北京市で実施予定の「中国自動車流通マーケティング調査」(京都大学塩地洋教授研究グループと合同)への参加を許可します。</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>院生には事前にテキストやケースを予め読み込んできてもらう。授業では、テキストやケースについて院生にプレゼンテーションをしてもらう。その後、理論面での説明を行い、関連した事柄についてディスカッションを行う。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>川端基夫『日本企業の国際フランチャイズ』新評論、2010。 富山栄子『わかりすぎるグローバル・マーケティング』創成社、2005。</p>				
<p><参考書></p> <p>W・チャン・キム+レネ・ノボルニユ『ブルー・オーシャン戦略』ランダムハウス講談社、2005。 クレイトン・クリステンセン/マイケル・レイナー『イノベーションへの解』翔泳社、2003。</p>				

クレイトン・クリステンセン『イノベーションのジレンマ』翔泳社、2001。
 C.K.プラハラード『ネクスト・マーケット』英治出版、2005。
 西村 裕二『アクセント流 逆転のグローバル戦略--ローエンドから攻め上がれ』英治出版、2009。
 高橋俊樹編『世界の消費市場を読む：中間層を中心に広がるビジネスチャンス』ジェトロ。
 林 廣茂『日韓企業戦争』阪急コミュニケーションズ、2007。
 富山栄子『ロシア市場参入戦略』ミネルヴァ書房、2004。
 小山洋司・富山栄子『東欧の経済とビジネス』創成社、2007。
 中津孝司・富山栄子・梅津和郎・雨宮康樹『グローバル競争を生き抜く中小企業』創成社、2008。
 大石芳裕編著『グローバル・ブランド管理』白桃書房、2004。
 李海峰『中国の大衆消費社会』、ミネルヴァ書房、2004。
 谷地弘安『中国市場参入：新興市場における生販並行展開』千倉書房、1999。
 近藤文男『日本企業の国際マーケティング』有斐閣、2004。
 加藤 修『プロフェッショナルがレクチャーする中国最新ビジネスモデル 70』エヌ・エヌ・エー。
 塩地 洋『転換期の中国自動車流通』、蒼蒼社、2007。
 塩地 洋『東アジア優位産業の競争力-その要因と競争・分業構造』ミネルヴァ書房。
 山下裕子+一橋大学 BIC プロジェクトチーム『ブランディング・イン・チャイナ』、東洋経済新報社、2006。
 角松正雄・大石芳裕編著『国際マーケティング体系』ミネルヴァ書房 1996。
 中野宏一『最新貿易ビジネス 改訂版』白桃書房、2007。
 中村貞彦『ぜったい儲かる！ 輸入ビジネス』、すばる舎、2004。
 小田部正明・クリスチャン・ヘルセン『グローバル・ビジネス戦略』同文館出版 2001。
 丸谷雄一郎『グローバル・マーケティング』創成社、2006。
 吉原英樹・林吉郎・安室憲一『日本企業のグローバル経営』東洋経済新報社 1988。
 川端基夫『アジア市場のコンテクスト[東南アジア編]』新評論 2005。
 川端基夫『アジア市場のコンテクスト[東アジア編]』新評論 2006。
 川端基夫『立地ウォーズ』新評論、2008。
 黄 燐『新興市場戦略論』千倉書房 2004。
 矢作敏行編『中国・アジアの小売業革新』日本経済新聞社、2003。
 矢作敏行編『小売国際化プロセス-理論とケースで考える』有斐閣、2007。
 諸上茂登、藤沢武史『グローバル・マーケティング』中央経済社、2004。
 根本 孝編著『グローバル経営：国際経営の進化と進化』同文館出版 2004。
 伊藤 賢次著『増補版 国際経営：日本企業の国際化と東アジアへの進出』創成社、2002。
 C.A.バートレット、S.ゴシャル／吉原英樹監訳『地球市場時代の企業戦略：トランスナショナル・マネジメントの構築』日本経済新聞社、1990。
 安室憲一『中国企業の競争力』日本経済新聞社、2003。
 市村真一編著『アジアに根づく日本的経営』東洋経済新報社、1988。

<成績評価方法>

出席、プレゼンテーション・ディスカッションへの貢献度、レポートにて 20%、40%、40%の比率にて総合評価する。

<履修条件> 特になし

<その他>

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限																					
ビジネスプレゼンテーション	選択	1	春学期・後期	火曜・5限																					
担当教員名	清水 康雄																								
<p><講義の概要と目的></p> <p>プレゼンテーション能力は、起業成功の鍵を握る、重要な要素のひとつである。この授業では、単なる技法ではなく、人間の行動特性を理解した上で、相手を説得し行動につながるプレゼンテーション能力を身につけることを目的としている。自分を知り、相手や状況を考え、どのような場面で、何をどう説明し説得するかを、実践の中で学んでいく。</p>																									
<p><講義計画></p> <table border="0"> <tr> <td>1 週目</td> <td>プレゼンテーションとは</td> <td>実習：自己紹介</td> </tr> <tr> <td>2 週目</td> <td>プレゼンテーションの目的（自分を考える）</td> <td>実習：自己アピール</td> </tr> <tr> <td>3 週目</td> <td>プレゼンテーションの対象（相手を考える）</td> <td>実習：他者紹介</td> </tr> <tr> <td>4 週目</td> <td>プレゼンテーションの場面（状況認知）</td> <td>実習：グループワーク</td> </tr> <tr> <td>5 週目</td> <td>プレゼンテーション内容の明確化と資料整理</td> <td>実習：グループワーク</td> </tr> <tr> <td>6 週目</td> <td>プレゼンテーションにおける伝え方</td> <td>実習：グループワーク</td> </tr> <tr> <td>7 週目</td> <td>プレゼンテーション実習</td> <td></td> </tr> </table>					1 週目	プレゼンテーションとは	実習：自己紹介	2 週目	プレゼンテーションの目的（自分を考える）	実習：自己アピール	3 週目	プレゼンテーションの対象（相手を考える）	実習：他者紹介	4 週目	プレゼンテーションの場面（状況認知）	実習：グループワーク	5 週目	プレゼンテーション内容の明確化と資料整理	実習：グループワーク	6 週目	プレゼンテーションにおける伝え方	実習：グループワーク	7 週目	プレゼンテーション実習	
1 週目	プレゼンテーションとは	実習：自己紹介																							
2 週目	プレゼンテーションの目的（自分を考える）	実習：自己アピール																							
3 週目	プレゼンテーションの対象（相手を考える）	実習：他者紹介																							
4 週目	プレゼンテーションの場面（状況認知）	実習：グループワーク																							
5 週目	プレゼンテーション内容の明確化と資料整理	実習：グループワーク																							
6 週目	プレゼンテーションにおける伝え方	実習：グループワーク																							
7 週目	プレゼンテーション実習																								
<p><講義の進め方></p> <p>講義と共に、実習を中心に進める。</p>																									
<p><教科書及び教材></p> <p>必要に応じてプリントを配布する。</p>																									
<p><参考書></p> <p>「オフィス・コミュニケーションのススメ」原加賀子著、税務経理協会 「話し方教室 テキスト」新藤茂編集、話し方普及協会 「会議が絶対うまくいく法」マイケル・ドイル&デイヴィッド・ストラウス、日本経済新聞 「場の空気」が読める人、読めない人 福田 健 PHP 新書</p>																									
<p><成績評価方法></p> <p>授業への参加意欲、出席回数（5回以上）を評価対象とする。 成績評価は、出席 30%、クラスへの貢献度 40%、受講目的レポート 10%、期末レポート 20%の比率にて総合評価する。</p>																									
<p><履修条件></p> <p>本科目を受講する目的を 200～400 文字で書き、5 月末までに提出</p>																									
<p><その他></p> <p>受講に対し、不安があれば相談も可 実習を主体に講義を進める予定だが、受講者の人数により内容は変更することがある</p>																									

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
経営戦略とファイナンス	選択	2	秋学期・通期	月曜・5限
担当教員名	松田 千恵子			
<p><講義の概要と目的></p> <p>今日の経営環境においては、事業の意思決定はファイナンスを無視して行い得るものではなく、また財務的な意思決定には事業状況への深い洞察が益々必要とされるようになっている。従って、経営戦略及びコーポレートファイナンス双方の理論を有機的に結びつけ、統合された知識に基づき、実践的な経営判断を行っていくことは、これからの経営者にとって必須の能力である。</p> <p>この授業では、かかる問題意識に基づき、企業経営や資本市場の動向とその背景にある考え方の理解に主眼におき、事例を多く取り上げながら、実践的なコーポレートファイナンスの活用と、その経営戦略との関係性について習得することを目的とする。</p>				
<p><講義計画></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 週目 企業を巡る環境変化－経営戦略とファイナンスの概要 2 週目 コーポレートファイナンスの要諦(1)－企業に対する期待収益率とその実現 3 週目 コーポレートファイナンスの要諦(2)－最適資本構成と信用リスク 4 週目 企業価値の評価と向上(1)－企業価値評価手法の実践 5 週目 企業価値の評価と向上(2)－キャッシュフロー生成能力の向上 6 週目 戦略プランニング(1)－経営戦略の位置づけと戦略立案のプロセス 7 週目 戦略プランニング(2)－外部環境分析と内部資源分析 8 週目 戦略プランニング(3)－財務分析とキャッシュフロープロジェクション 9 週目 全社戦略とポートフォリオマネジメント 10 週目 新規事業戦略と M&A の活用 11 週目 投資と財務の意思決定 12 週目 企業経営と資本市場(1)－資本政策・株主対策 13 週目 企業経営と資本市場(2)－金融機関・社債と格付 14 週目 企業経営と資本市場(3)－企業統治・情報開示・企業の社会的責任 15 週目 総合演習 				
<p><講義の進め方></p> <p>内容に関する講義を行い、適宜ケーススタディやディスカッションを取り入れる。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>「グループ経営入門」(税務経理協会、2010年、松田千恵子著)</p> <p>「ファイナンスの理論と実務」(金融財政事情研究会、2007年、松田千恵子著)</p> <p>毎回、講師作成資料を配布する。</p>				
<p><参考書></p> <p>講義中に適宜指示する。</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>最終レポート内容：ディスカッションへの貢献度：出席率を5:3:2で評価する。但し、出席率が70%以下の者については理由の如何を問わず評価を行わない。</p>				
<p><履修条件></p> <p>基礎的なファイナンスの知識を有している、若しくは履修中であること。金融工学的知識は問わない。</p> <p>熱意と責任感を持って、グループワークやディスカッションに積極的に参加できること。国籍は全く問わないが、日本語でのグループワークやディスカッションが可能であること。</p>				
<p><その他></p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
中小企業金融	選択	1	秋学期・前期	月曜・5限
担当教員名	山田 俊郎			
<p><講義の概要と目的> 中堅・中小企業特有の経営課題と財務・金融、そして地域経済と金融の役割、地域間・地域内の資金循環について、それら事例に触れる機会をもちながら、実践的知識の取得と問題解決・提案力の醸成を本講義の目的とする。</p>				
<p><講義計画>1週目：キャッシュフロー経営 2週目：中堅・中小企業における経営および資金調達の課題 3週目：ファイナンス 4週目：金融機関の選択と活用、信用格付と債務者区分の向上 5週目：公的制度の活用 6週目：新しい銀行サービスの活用 7週目：地域という視点、リレーションシップバンキング ※講義の展開によっては前後の入れ替わりがある</p>				
<p><講義の進め方> 配布資料質疑、理解度チェックの質問を用意、そして資金調達とその交渉点に絡んだショート事例の討議・・・という進め方としたいが、逆の順もある。資料は履修登録者に配られるので読破し理解しておくこと。終了後に次回につながるホームワーク課題が出る。 学内ネットの掲示板で時間中追加した資料の添付や補足ないし訂正をする、また、受講生の質問やコメントなどもそこで共有していきたい。</p>				
<p><教科書及び教材> 中小企業庁資料「地域金融の活用・39P」「キャッシュフロー経営・36p」およびその補足資料を事前に配布、ホームワークや追加資料はそのつど配布する。</p>				
<p><参考書> 「企業価値経営・実践コーポレート・ファイナンス(山本一彦・編著)」「MBA最新テキスト・アントレプレナーファイナンス(山本一彦・総監訳)」「中小企業金融入門・第2版(藪下史郎・編著)」「新時代の中小企業金融(小野有人・著)」「地域金融システムの分析(岩佐代市・編著)」「検証・中小企業金融(渡辺努・編著)」「実況・ファイナンス教室(星野優・監修)」「財務3表のつながりで見えてくる会計の勘所(国貞克則・著)」「企業価値を高めるフリー・キャッシュフロー・マネジメント(池田正明・著)」「金融の基本(安達智彦・著)」ほか。</p>				
<p><成績評価方法> 欠席 3 回以上は成績評価しない。期末テストはないが、出席、質疑応答と討議貢献、課題レポート提出の 3 点を評価した後、4:3:3 の比率で加重し総合評価する。</p>				
<p><履修条件> 「会計Ⅰ」「会計Ⅱ」「会計Ⅲ」「コーポレートファイナンス」のいずれか履修済みか履修中の人、もしくは会計実務担当者であること。また、ワード・エクセル操作は修得しておくこと。</p>				
<p><その他> 画面が細かくなりがちなので東京の受講生は前列に座ってほしい。</p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
インベストメントマネジメント	選択	1	春学期・後期	水曜・5限
担当教員名	湯川 真人			
<p><講義の概要と目的></p> <p>資産運用とは何か。私は金融資産の再生産技術であると考えています。現在わが国の個人金融資産は約 1400 兆円（世界第 2 位）に達していますが、これは戦後 50 年にわたって続いた高い経済成長の果実といえます。経済が成熟し潜在成長力が鈍化してゆく局面で（今の日本経済のおかれている状況ですが）金融資産を再生産し増やし続けることは、一国の経済成長を維持するうえで極めて重要なことです。この再生産技術を担う資産運用業は欧米では早くから発展し、半世紀以上の歴史を持つ資産運用会社はいくつもあります。日本において資産運用業が本格的な展開を始めたのは約 20 年前でまだ歴史の浅い業務分野ですが、今日ではファンドマネージャーやアナリストといった職種が高度な専門的知識と運用能力を持ったプロフェッショナルとして認知され、多くのプロが活躍するまでになりました。</p> <p>資産運用会社の自社紹介は必ず「わが社の投資哲学」から始まります。「投資哲学」とは資産運用から得ようとする付加価値の源泉をなにに求めるかの表明です。例えば株式の場合、市場における株価は短期的には様々な要因によって変動しますが、長期的には株式（企業）の持つ本源的価値（intrinsic value）に収斂するという考え方があります。つまり短期的には株価はミス・プライスされていると考え、株式の本源的価値を正しく求めることができれば、短期的な株価と本来あるべき株価との差を付加価値の源泉として捉えることができるというものです。株式の本源的価値とは企業の価値創造能力ともいえますが、これを求めることは簡単ではありません。その企業の技術水準、商品開発力、販売力、財務状況などを詳細に把握、分析し、それらを合わせた経営戦略、経営力を正しく評価してはじめて本源的価値に迫ることが出来るのです。世界的に顧客の信頼を勝ち得ている資産運用会社は、大きな経済変動や社会の変革の波をくぐりながら、この「投資哲学」を確固たるものにすべく努力を重ねてきたのです。オマハの賢人ウオーレン・バフェットが率いるバークシャー・ハサウェイ社はその代表的な一つとってよいでしょう。</p> <p>現在、企業にとって IR (Investor Relations) 活動が極めて重要になっています。これはアナリストが企業の活動状況について透明性を持って投資家に伝え、市場における効率的な価格形成に資することが目的ですが、同時に企業戦略や経営力がプロの投資家の厳しい評価に晒される場でもあります。企業の成長を支える要因に何らかの問題が生じれば、たちまち投資家の手を経て市場価格に反映され企業経営にとって大きな打撃となります。起業を目指す皆さんも将来上場を実現した時には、常にこうした投資家の厳しい目に晒されることとなります。上場に行く前でも皆さんの会社が設備資金などの資金を求める時、資金提供者は同様な観点から皆さんの会社を評価します。また、企業から派遣された人は社内でキャリアを積んでいくうえで、自分の会社が投資家からどのように評価されるのかを認識することは大切なことです。</p> <p>皆さんの仕事の間である会社（企業）の企業価値とはなにか。それを深く理解してゆく作業はきっとエキサイティングなものに違いありません。</p>				
<p><講義計画></p> <p>第1回 ・ 皆さんに対する質問</p> <p>① 金融資産が生み出され、取引される場所 - 発行市場と流通市場</p> <p>② 投資運用の対象となる金融資産（金融商品）</p> <p>第2回 ③ 資産運用の基本的考え方</p> <p>④ 最適資産配分（アセット・アロケーション）の構築</p> <p>第3回 ⑤ 個別資産運用の意義</p> <p>⑥ 個別資産運用 - 国内株式</p> <p>1) ファンダメンタル分析の重要性</p>				

科目番号 24

- 第4回 ⑥ 個別資産運用 - 国内株式
2) 投資のための財務分析
- 第5回 ⑥ 個別資産運用 - 国内株式
2) 投資のための財務分析 (続き)
⑦ 株価評価モデル
- 第6回 ⑦ 株価評価モデル (続き)
⑧ 株価収益率
⑨ 株式投資戦略
- 第7回 試験

<教科書及び教材>

教材・参考資料はその都度配布

<参考書>

第1回授業開始時に提示

<成績評価方法>

出席数 60%、授業での質疑 10%、試験 30%

<履修条件>

特になし

<その他>

特になし

科目名	選択	単位数	学期	曜日・時限
金融リスク管理論	選択	1	秋学期・前期	金曜・5限
担当教員名	高橋 一			
<p><講義の概要と目的></p> <p>資産運用には常にリスクが伴う。リスクを軽減するための方策としての先物取引は江戸時代、大坂堂島から始まる。過去 50 年間リスク管理のための技術・方策は格段の進歩を遂げてきている。本講義では主に現代ファイナンス理論と、そのリスク管理への応用を解説していく。一方、リスクの裏にはビックチャンスがある。ギャンブラーが用いる戦略についても簡単に触れていくことにする。</p>				
<p><講義計画></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 概論コースの概観（第 1 週） <ol style="list-style-type: none"> a. 金融工学・モダンファイナンスとは？ b. 空売り c. 裁定理論 d. 金利計算 e. 現在価値とキャッシュフロー 2. リスクとリターン（第 2 週） <ol style="list-style-type: none"> a. リスク管理 b. ポートフォリオ c. 分散投資 d. ケインズの運用法 3. 先物・先渡し契約（第 3、4 週） <ol style="list-style-type: none"> a. 派生証券の歴史 b. 先物・先渡し、オプション、スワップ c. 先物と先渡し契約、 d. ヘッジ戦略 4. オプション（第 5、6 週） <ol style="list-style-type: none"> a. オプションの種類 b. 基本的な性質 c. アメリカ型オプション d. オプションの組み合わせ e. ブラック・ショールズの公式とその利用法 f. オプションを用いた投資戦略 g. 色々なオプション 5. まとめ+テスト（第 7 週） テストの形式については授業内で知らせる 				
<p><講義の進め方></p> <p>講義中心の授業である。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教科書は特に用いない。資料は配付又はウェブ上に公開する</p>				

科目番号 25

<参考書>

コックス、ルービンシュタイン『オプションマーケット』HBJ 出版局 1988 (仁科等 訳)

森平爽一郎『ファイナンス入門』日本経済新聞出版社 2007 年

森平爽一郎『デリバティブ入門』日本経済新聞出版社 2007 年

<成績評価方法> 小テスト、レポート、出席を概ね均等割合で評価。

<履修条件>

条件は設定しないが、高卒程度の数学の知識、大学1年生レベルの経済学の知識を持っていると自己判断できる者でないと講義についていくのは難しいでしょう。

<その他>

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
ITと経営	選択	2	春学期・通期	火曜・5限
担当教員名	藤岡 宥三			
<p><講義の概要と目的></p> <p>各種事業を起こすにあたって、そのインフラのひとつとなるIT（情報技術）の、企業における活用を目的として、IT利用技術の変遷、利用分野、企業での情報システムの導入手順と運用・保守およびシステムの投資・効果に対する評価方法などについての習得を目的とする。また、近年ビジネスに大きな変化をもたらした、インターネットの事業への影響と活用、インターネットを利用した新しいビジネスの可能性につき、知識を得る。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 IT マネージメントとは 2 週目 企業における IT 利用技術の変遷 3 週目 企業内の IT 活用事例 4 週目 環境変化と IT 活用戦略 5 週目 情報の価値 6 週目 情報システム導入-情報システム投資 7 週目 情報システム導入-投資評価 8 週目 CIO の役割 9 週目 情報システム導入-実現方式の検討評価 10 週目 情報セキュリティー 11 週目 インターネット-パラダイム・シフト 12 週目 インターネット-e-コマース① 13 週目 インターネット-e-コマース② 14 週目 IT の未来 15 週目 予備</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>講義と毎回の授業内での試験ないしはレポート記述を行い、次週にその討議・解説を行う。従って、期末試験、期末レポートの提出はない。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教材は授業前に配布する。教科書の指定はない。</p>				
<p><参考書></p> <p>そのつど提示する。</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席、試験結果、ディスカッションへの貢献度を 2 : 6 : 2 の比率にて評価する。</p>				
<p><履修条件></p> <p>パソコン、インターネットの利用経験のあること。</p>				
<p><その他></p> <p>DVD 視聴により試験・レポートの提出も可。</p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
IT 基盤技術	選択	1	秋学期・後期	火曜・5 限
担当教員名	藤岡 宥三			
<p><講義の概要と目的></p> <p>IT 基盤技術分野において、起業を目指す者や企業内での IT 基盤技術を活用する者の育成を目的として、IT インフラについて学ぶことを目的とする。</p> <p>さらに、IT 基盤技術の各種事業の実態や、それぞれの事業の特色と必要とされる技術、起業のポイントを学ぶことで、学生が目指す事業分野を明確にし、事業計画策定のための基礎知識の習得を目的とする。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 IT 基盤技術市場概況 1</p> <p>2 週目 IT 基盤技術市場概況 2</p> <p>3 週目 IT 基盤技術の現状-受注ソフトウェア開発</p> <p>4 週目 インターネット</p> <p>5 週目 インターネットと IT ビジネス</p> <p>6 週目 インターネットの今後</p> <p>7 週目 IT の新動向</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>毎回、講義とケースについての試験を行い、次週にケースについての討議・解説を行う。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教科書は指定しない。教材は適宜配布する。</p>				
<p><参考書></p> <p>そのつど紹介する。</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席、試験結果、ディスカッションへの貢献度を 2 : 6 : 2 の比率にて評価する。</p>				
<p><履修条件></p> <p>春学期の講義『IT と経営』を履修済みが望ましいが、履修していなくても可。</p>				
<p><その他> 特になし。</p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
生産管理	選択	1	春学期・前期	木曜・5限
担当教員名	羽田 隆男			
<p><講義の概要と目的></p> <p>生産システムの設計と運用に関する基礎的な理論と実践的な技術について講述する。本講義の目的は以下の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 生産マネジメントの目的、機能、位置付け、およびその体系について理解する。 2. これまでに開発された各種生産システムの有効性と課題について考察する。 3. 工程計画やスケジューリングを適切に立案するための実践的な技術を修得する。 4. 生産マネジメントに関する各種演習を通して計画力、判断力、創造力を養成する。 				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 生産マネジメント(1) : 生産マネジメントの体系、生産の形態、生産マネジメントの課題</p> <p>2 週目 生産マネジメント(2) : 生産管理の歴史、科学的管理法、フォードシステム、スローンシステム</p> <p>3 週目 生産方式 : トヨタ生産方式、平準化、カンバン方式、変種変量生産、セル生産方式</p> <p>4 週目 生産スケジューリング : 日程管理、PERT の概要、スケジューリング問題、優先規則、ガントチャート</p> <p>5 週目 ワークデザイン(1) : デザイン・アプローチ、理想システム、システム特性、機能展開</p> <p>6 週目 ワークデザイン(2) : WD の適用手順、WD の適用例、提出課題に対するプレゼンテーション</p> <p>7 週目 工程システム・作業研究・品質管理 : グループ・テクノロジー、工程分析、標準時間、品質管理の方法、管理図</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>講義への積極的な参加を促すために、できるだけ双方向の講義を行う。また、理解を深めるために演習をできるだけ多く実施する。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教科書は特に指定しない。「生産管理」講義用資料〔Ⅰ〕、〔Ⅱ〕を配布する。また必要に応じてプリントを配布する。</p>				
<p><参考書></p> <p>「科学的管理法」F.W テイラー，有賀裕子訳，ダイヤモンド社（2010年） 「生産管理システム」大野勝久 他、朝倉書店（2002年） 「生産マネジメント入門 ①」藤本隆宏、日本経済新聞社（2003年） 「入門偏 生産管理」朝尾正 他、共立出版（2004年） 「生産マネジメントの手法」圓川隆夫・伊藤謙治、朝倉書店（1999年）</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席が 80%を超えた院生に対して、提出課題に対するレポートの内容、講義中に提出する演習問題の解答、ディスカッションへの貢献度をそれぞれ 5:3:2 程度の配分比率によって総合的に評価する。</p>				

<履修条件>

履修条件は特に必要としない。本講義と併せて「生産流通システム」の履修を推奨する。

<その他>

生産管理の適用分野は製造業に限らない。生産管理の適用分野は、流通業・サービス業・輸送業などから病院・官公庁などまで幅広く存在し、これらの分野に生産管理の理論と技術を適用していくのがこれからの課題であり、強く望まれていることでもある。本講義においては、このことを強く意識して講義を行う。なお、在庫管理については発展科目の「生産流通システム」において講述する。

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
生産流通システム	選択	1	春学期・集中	※
担当教員名	羽田 隆男			
<p><講義の概要と目的></p> <p>原材料の調達から生産・物流を経て販売にいたる一連の商品の流れを、総合的に計画し管理するための理論および技術について解説する。本講義の目的は以下の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 生産流通システムの課題とそれらに対する効果的な対応策について考察する。 2. 在庫管理における代表的なモデルとその活用方法について理解する。 3. サプライ・チェーンを設計し管理するための方法論を修得する。 4. 輸送・配送計画を効果的に立案するための数理的な方法について理解する。 				
<p><講義計画></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 週目 生産流通システム 開発・生産・流通チェーン、トータル在庫の削減、生産流通システムの課題 2 週目 在庫管理システム(1) 在庫の分類、経済的発注量、安全係数と安全在庫、ABC 管理 3 週目 在庫管理システム(2) 在庫管理方式、新聞売り子問題、エシェロン在庫、多段階在庫管理 4 週目 ロジスティクス・ネットワーク ロジスティクスの形態、ロジスティクスの共同化、物流拠点の集約化 5 週目 輸送・配送計画モデル 輸送計画問題とその応用、MODI 法、配送計画問題、セービング法 6 週目 サプライチェーン・マネジメント(1) 全体最適化、SCM の展開、制約条件の理論、連続補充プログラム、 7 週目 サプライチェーン・マネジメント(2) ブルウィップ効果、情報の共有化、SCM の形態、ケーススタディー 				
<p><講義の進め方></p> <p>講義を中心とするが、質問やディスカッションの時間もできるだけ多く設定する。また、理解を深めるために演習をできるだけ多く実施する。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教科書は特に指定しない。「生産流通システム」講義用資料〔Ⅰ〕、〔Ⅱ〕を配布する。また必要に応じてプリントを配布する。</p>				
<p><参考書></p> <p>「サプライ・チェーンの設計と管理」久保幹雄 監修、朝倉書店（2002 年） 「物流戦略策定シナリオ」日通総合研究所、かんき出版（2005 年） 「サプライチェーン・マネジメント」黒田 充 編著、朝倉書店（2005 年） 「生産マネジメントの手法」圓川隆夫・伊藤謙治、朝倉書店（1999 年） 「OR による生産流通システムの設計」増井忠幸・百合本茂、槇書店（1990 年）</p>				

科目番号 29

<成績評価方法>

出席が 80%を超えた院生に対して、提出課題に対するレポートの内容、講義中に提出する演習問題の解答、ディスカッションへの貢献度をそれぞれ 5:3:2 程度の配分比率によって総合的に評価する。

<履修条件>

本講義と併せて基礎科目の「生産管理」を履修しておくことが望ましい

<その他>

講義中に演習を行うので電卓を持参すること。

※ この講義は

7月 2日(土)、1限、2限、3限、4限 (10:30~17:50)

7月 9日(土)、2限、3限、4限 (13:00~17:50)

の予定で行います。

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
ベンチャー起業論	選択	2	春学期・通期	水曜日・6限
担当教員名	宇田 賢一			
<p><講義の概要と目的></p> <p>本講義は、起業の「理論」および「実務」の習得を通じて、臨場感ある起業の実際を学んでもらおうとするものである。従って、起業にまつわる「基礎知識」のほか、「事例研究」や「ケーススタディ」をベースに、受講生の活発な議論を通して起業及び事業化の実践を学び、起業に関する実務知識・ノウハウの蓄積及びネットワークの形成を図ることにより、起業実践力を高めることを目的とする。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 講義の概要説明 ベンチャー企業の意義・役割およびベンチャー企業を取巻く環境の変化等</p> <p>2 週目 ビジネスモデル① –基礎知識（価値創造、事業特性、収益構造等々）</p> <p>3 週目 ビジネスモデル② –事例研究（特に失敗事例研究中心）</p> <p>4 週目 ビジネスモデル③ –ケーススタディ(グループ発表、ディスカッション)</p> <p>5 週目 ビジネスアイデア① –基礎知識（アイデアの源泉、アイデア調達方法等）</p> <p>6 週目 ビジネスアイデア② –事例研究、ケーススタディ</p> <p>7 週目 ビジネスプラン① –基礎知識（経営者の資質、販売戦略等々）</p> <p>8 週目 ビジネスプラン② –事例研究、ケーススタディ (グループ発表、ディスカッション)</p> <p>9 週目 資金調達① –基礎知識（調達方法、資金提供者、VC等々）</p> <p>10 週目 資金調達② –事例研究（キャッシュフローと資本政策案）</p> <p>11 週目 資金調達③ –ケーススタディ(資本政策案作成)– (グループ発表、ディスカッション)</p> <p>12 週目 ベンチャー支援の現場から –ベンチャー支援者による講演、質疑応答–</p> <p>13 週目 ベンチャー経営の実際 –ベンチャー経営者による講演、質疑応答–</p> <p>14 週目 ビジネスプラン作成 –グループ別にビジネスプラン作成–</p> <p>15 週目 ビジネスプラン発表 –グループ別発表会、質疑応答–</p> <p>(注) 都合により若干の変更がありうる</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>基礎知識および理論の説明・解説を交えながら、「事例研究」・「ケーススタディ」でのグループ発表およびディスカッションにウェイトを置いた授業を行う。現役ベンチャー経営者・ベンチャー支援者を招き、ベンチャー経営の実際にも触れてもらう。</p>				
<p><教科書及び教材> 教科書は指定しない。教材を配布する。</p>				
<p><参考書></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「ベンチャーマネジメント「事業創造」入門」 長谷川博和著 日本経済新聞出版社 ・「起業の教科書」 北尾吉孝編著 東洋経済新報社 ・「ケース・メソッド入門」 石田英夫・星野裕志・大久保隆弘編著 慶應義塾大学出版会 ・「挑戦する企業」 石田英夫・星野裕志・大久保隆弘編著 慶應義塾大学出版会 				
<p><成績評価方法> ①出席状況、②期末レポート、③グループ発表およびディスカッションへの貢献度を 3:3:4 の比率にて評価する。</p>				
<p><履修条件> 特になし</p>				
<p><その他></p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
ベンチャーファイナンス	選択	1	春学期・後期	木曜・5限
担当教員名	早野 利人			
<p><講義の概要と目的> 市場経済における経済価値の創造主体である「企業」のダイナミズムを理解し、アントレプレナーに求められる資質と能力を学ぶ。特に、ベンチャー企業の“ライフステージと経営課題”を考察し、ベンチャーキャピタルや資本市場との関連において“ベンチャーファイナンス”の実態を理解する。併せて、起業家の育成・支援を目指す。</p>				
<p><講義計画></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 週目 本講義の全体構成および“株価形成のメカニズム” 2 週目 変貌する産業社会（有望成長分野を探る） 3 週目 企業のダイナミズム（イノベーションとモチベーション） 4 週目 起業家に求められる資質と能力 5 週目 ベンチャー企業のファイナンス 6 週目 ベンチャーキャピタル（VC）の業務実態 7 週目 VCにおける投資決定のプロセスおよび“IPO 成功企業に学ぶ” 				
<p><講義の進め方> 講師の実務経験を踏まえ、ケース・スタディーを活用した「相互啓発」</p>				
<p><教科書及び教材> 教科書は特に指定しない。講師が提供する教材（パワーポイントなど）を活用</p>				
<p><参考書></p> <p>「ビジネスゼミナール 株式投資入門」井手正介著 日本経済新聞社（2008.3） 「ベンチャーマネジメント【事業創造】入門」長谷川博和著 日本経済新聞出版社（2010.7） 「成功するならリスクをとれ！」小松伸多佳著 東洋経済新報社（2008.12） 「完全網羅 起業成功マニュアル」ガイ・カワサキ著、三木俊哉訳（有）海と月（2009.6）</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>①出席率 ②事前レポート ③期末レポートを 4:3:3 の比率で評価 もし、履修変更受付期間内にこの科目を追加履修し、2回目もしくは3回目から出席する場合は、評価点である”出席回数”や”毎回の事前レポート”においてハンディキャップが生ずる可能性があります。</p>				
<p><履修条件> 特になし</p>				
<p><その他></p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
ベンチャー企業の成長マネジメント	選択	2	秋学期・通期	火曜・6限
担当教員名	田中 延弘			
<p><講義の概要と目的></p> <p>草創期を生き抜いたベンチャー企業は、成長過程に入りいかなる経営課題に直面するのか、それら課題にいかに取り組み、解決するのかを学ぶ。これにより、ベンチャービジネス持続的発展のための条件、戦略、方策を考える。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 企業の成長ステージと経営課題 1 (講義とディスカッション)</p> <p>2 週目 企業の成長ステージと経営課題 2 (講義とディスカッション)</p> <p>3 週目 ベンチャー企業の成長と企業文化 (講義とディスカッション)</p> <p>4 週目 ベンチャー企業の成長とイノベーション (講義とディスカッション)</p> <p>5 週目 成長と市場対応 1 (講義とディスカッション)</p> <p>6 週目 成長と市場対応 2 (講義とディスカッション)</p> <p>7 週目 老舗経営に学ぶ成長マネジメント 1 (講義とディスカッション)</p> <p>8 週目 老舗経営に学ぶ成長マネジメント 2 (講義とディスカッション)</p> <p>9 週目 グローバル化と成長マネジメント 1 (講義とディスカッション)</p> <p>10 週目 グローバル化と成長マネジメント 2 (講義とディスカッション)</p> <p>11 週目 ベンチャー企業の成長と地域産業 (講義とディスカッション)</p> <p>12 週目 ケース分析 1 (発表とディスカッション)</p> <p>13 週目 ケース分析 2 (発表とディスカッションと発表)</p> <p>14 週目 ケース分析 3 (ベンチャー企業経営者とのディスカッション)</p> <p>15 週目 まとめ (講義)</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>上記の通り。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教科書は指定しない。教材を配布する。</p>				
<p><参考書></p> <p>浅川和宏『グローバル経営入門』、日本経済新聞社、2003</p> <p>伊丹敬之『経営戦略の論理』、日本経済新聞社、2003</p> <p>J.ティッド他(後藤晃他訳)『イノベーションの経営学』、NTT 出版、2004</p> <p>帝国データバンク史料館・産業調査部編『百年続く企業の条件』、朝日新聞出版、2009</p> <p>野中郁次郎編著『イノベーションとベンチャー企業』、八千代出版、2002</p> <p>B.バーリンガム(上原裕美子訳)『スモールジャイアンツ』、アメリカンブック&シネマ、2008</p> <p>船川淳志『多文化時代のグローバルマネジメント』、ピアソンエデュケーション 1998</p> <p>E.フラムホルツ他(加藤隆哉訳)『アントレプレナーマネジメント・ブック：MBAで教える成長の戦略的マネジメント』、ダイヤモンド社、2001</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席状況 15%、</p> <p>ショートレポート(学期中に4回、A4で3枚) 40%、期末レポート(A4で20枚) 45%</p>				
<p><履修条件> 特になし</p>				
<p><その他></p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
中小企業のイノベーション	選択	1	秋学期・後期	金曜・5限
担当教員名	佐藤 一也			
<p><講義の概要と目的></p> <p>イノベーションのアプローチ法を軸に、イノベーターに求められる資質、イノベーション指向組織が備えるべき要件について学ぶ。特にアプローチ法は、過去のイノベーションのリバース発想法を駆使して、自らのイノベーションマインドを高めるトレーニングとしての効果を指向する。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1週目：イノベーションとは イノベーションの概念とアプローチ法</p> <p>2週目：技術経営とイノベーション 技術経営（MOT）とイノベーションの関係</p> <p>3週目：ナレッジマネジメントとイノベーション 知識創造、知識経営とイノベーションの関係</p> <p>4週目：事例研究1：大企業 国内外の大企業の事例から学ぶ</p> <p>5週目：事例研究2：中小企業 中小企業の事例から学ぶ</p> <p>6週目：中小企業のイノベーション経営 人材開発、官学との連携、業務改善活動</p> <p>7週目：口頭発表 「イノベーターとして何を為すか」</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>ビジュアルな資料に基き、紙の配布は僅少とレジュメを自分で完成する方式</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教科書は使用しない。教材は映像(パワーポイント)とレジュメとする。</p>				
<p><参考書></p> <p>2009年版「中小企業白書」中小企業庁、「ベンチャー起業実戦教本」大前研一、「イノベーションと技術経営」原陽一郎、「知識創造経営とイノベーション」野中郁次郎、「ナレッジマネジメント入門」紺野登</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席5回以上を条件とし、レポート(2回)4割、グループ討論2割、授業参加貢献度2割、口頭発表2割で総合評価</p>				
<p><履修条件></p> <p>特になし</p>				
<p><その他></p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
国際経済・産業・金融	選択	2	秋学期・通期	水曜・6限
担当教員名	湯川 真人			
<p><授業の概要と目的></p> <p>(概要)</p> <p>近年、世界経済には大きな潮流の変化が見られる。それは、新興国経済の急速な発展と、曲がり角に直面している日・米・欧など経済先進国という構図であるが、それぞれが構造的問題を内包している。この構造的問題は、実体経済、金融資本市場という経済の場だけではなく、社会における格差や環境問題など広範囲に及び、それぞれが複雑に絡み合っている。今後のわが国の経済・産業・企業の進む方向を考える時、こうした大きな潮流変化に対する十分な認識と、その意味するところを深く洞察することは不可欠である。</p> <p>本授業においては、まず現在の世界経済が内包する構造的問題のフレームワークを認識し、その中での日本経済の位置付けを確認する。その枠組みの中で、世界で日々現実に起きている経済事象が日本の産業・企業・金融の分野とどのように関連付けられかを理解し、今後の日本経済の進むべき方向を考えていきたい。</p> <p>(目的)</p> <p>この授業の目的は、<授業の進め方>に示すような作業を通じて、今、世界経済、日本経済が直面している歴史的な構造変化の実態に院生が迫り、理解を深めることにあるが、と同時に、さまざまな経済事象に関する情報に対し、その意味するところを深く洞察するという、「情報に対する感性」と「主体的に考える力」を養ってもらうことも含まれている。</p>				
<p><授業の進め方></p> <p>受講者が確定した段階で院生をいくつかのグループに分ける。</p> <p>①現在見られる様々な経済事象をとりあげ（新聞・雑誌・論文その他）、グループによるディスカッションのテーマを与える。②翌週それぞれのグループ内のディスカッションを通して前段で述べた諸点についての考えをまとめる。③各グループは翌週そのまとめを授業において発表し、私や他グループからの論評を仰ぐ。①→②→③→①→②・・・の繰り返しにより講義を展開する。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>新聞・雑誌・論文その他を取り上げるテーマにあわせて配布</p>				
<p><参考書></p> <p>その都度配布</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席点 50%、授業への参加（発表等）25%、発表内容・レポート 25%</p>				
<p><履修条件></p> <p>特にない</p>				
<p><その他></p> <p>特にない</p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
地域経済産業論	選択	2	春学期・通期	金曜・6限
担当教員名	原 敏明			
<p><授業の概要と目的></p> <p>今日の起業環境においては、地域経済産業情報をいかに有効に活用するかが、幅広い事業分野にわたって共通する、極めて重要な課題のひとつとなっている。とりわけ、経済圏という問題意識と、その中の経済主体についての高度な知識は、この分野の学習、分析に不可欠である。</p> <p>この授業では地域経済産業動向に主眼におき、関係経済係数などについて習得することを目的とする。あわせて地域経済産業情報の新事業への応用可能性につき、知識を得る。</p>				
<p><授業計画></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 週目 中間リーダーの K と T のケース 2 週目 地域を時間距離で理解する 3 週目 地域は交通手段の高速化と交通インフラ整備で拡大することを理解する 4 週目 戦略産業の盛衰と非戦略産業を含む地域経済の関係で理解する 5 週目 新興工業国の戦略を理解する 6 週目 ベトナムとカンボジアのケース 7 週目 先進工業国の経営戦略を理解する 8 週目 新潟県の強い産業を理解する 9 週目 新潟県の弱い産業を理解する 10 週目 シリコンバレーと燕のケース 11 週目 現在の戦略産業を理解する 12 週目 戦略産業発展の傷害と育成策を理解する 13 週目 第 3 次産業の商圏を時間距離で理解する 14 週目 新潟県内市町村の例で商圏を理解する 15 週目 最終レポート提出 				
<p><授業の進め方></p> <p>講義を 60 分行った後、関連した事例についてディスカッションを行なう。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>購入不要</p>				
<p><参考書></p> <p>必要に応じて指示する</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席 4 割、毎回のミニレポート 3 割、最終レポート 3 割で総合評価する。</p>				
<p><履修条件></p> <p>USB 2.0 のフラッシュメモリーを一本用意すること</p>				
<p><その他> 特になし。</p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
地域活性化論	選択	1	秋学期・後期	水曜・5限
担当教員名	赤木 弘喜			
<p><講義の概要と目的></p> <p>今日の少子・高齢化や経済のグローバル化は、わたしたちの生活を根底から変え、地域固有の豊かな文化や営みが急速に失われつつあります。</p> <p>地域活性化の原点は、地域の風土や土壌に育まれた地域内の産業や伝統工芸、伝統的な生活様式や地域文化など、さまざまな関連する領域や他の関係者との密度の高い交流と連携、地域内での結びつきを深めながら地域としての総合的な活力を高める方向を目指すことにあると言えるでしょう。</p> <p>本論では、地域の抱える課題を掘り起こしながら、地域内に新産業の起業化を誘発するビジネス・チャンスを考えると共に、「内発型産業」を創出・促進するための基盤を見出すことを目指します。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目：地域活性化とは 地域生活と地域文化---農山漁村／都市はどう変わったか？地域が抱える問題</p> <p>2 週目：地域活性化統合本部（内閣府）について 新成長戦略・総合特区・地方再生戦略・新しい公共</p> <p>3 週目：ソーシャルベンチャー（ソーシャルビジネス） 社会力を育てる・社会起業家の台頭（ミッションと戦略）</p> <p>4 週目：<地場産業の創出>ワークショップ 地域イノベーション・地域に根ざす技術等（地域資源）の活用</p> <p>5 週目：<中心市街地活性化>ワークショップ まちなか同志隊・アンテナショップ・地域通貨</p> <p>6 週目：<農林水産漁村の6次産業化>ワークショップ 農商工連携・農林漁業者の6次化産業法案・ふるさと起業塾</p> <p>7 週目：<観光振興と街づくり>ワークショップ 観光立国・次世代型観光・スポーツツーリズム まとめ・課題</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>配布資料に基づき講義を行う。意見交換を重視しますので、積極的に発言してください。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>資料配布</p>				
<p><参考書></p> <p>地域再生システム論：御園慎一郎・大前孝太郎・服部敦 東京大学出版会 概論 ソーシャルベンチャー：神座保彦 ファーストプレス 社会力を育てる：門脇厚司 岩波新書 分かち合いの経済学：神野直彦 岩波新書</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席最重視。発言態度、ミニレポート、最終課題（レポート）にて総合評価する。 （出席点 50%、課題点 50% + 発言評価点）</p>				
<p><履修条件></p> <p>特になし</p>				
<p><その他></p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
アグリビジネス	選択	1	秋学期・前期	金曜・5限
担当教員名	川辺 紘一			
<p><講義の概要と目的></p> <p>食と農をめぐる世界および国内の環境変化が激化しつつある中で、地域における農業・食料・食品産業(アグリビジネス)の分野における新たな起業・事業創造をいかにして実現してゆくのか、そのための多角的な視点と、実践的かつ戦略的な方法論を明らかにする。とりわけ、地域における食と農の多面的な価値を活かした複合的な事業創造アプローチ(農商工連携/6次産業化)が有効であるとの観点から、「地域複合アグリビジネス」の全体スキームとアック地域における具体的実践事例のケーススタディを通してアグリビジネス事業創造の知識を得る。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 いま、食と農の世界に何が起きているのか?</p> <p>2 週目 農業の基本的価値とアグリビジネスのミッション</p> <p>3 週目 アグリビジネスの基本構図</p> <p>4 週目 地域複合アグリビジネスの全体スキーム</p> <p>5 週目 地域複合アグリビジネスのケーススタディ①</p> <p>6 週目 地域複合アグリビジネスのケーススタディ②</p> <p>7 週目 アグリビジネス事業創造の戦略的視点と方法</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>オリジナル資料による講義を 60 分行った後、院生と教員の間での質疑応答および出席者全員の参加によるディスカッションを行う。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教員が作成したオリジナルな教材を使用する。</p>				
<p><参考書></p> <p>「農業の基本的価値」(大内力)、 「日本農業のグランドデザイン」(葛谷栄一)ほか</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席とディスカッションにおける意見表出および課題レポートにて概ね 3:3:4 の比率を基準に総合評価する。</p>				
<p><履修条件></p> <p>食と農およびアグリビジネスに関する問題意識を有していること。</p>				
<p><その他></p> <p>特になし</p>				

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
ツーリズムマネジメント	選択	1	秋学期・集中	※
担当教員名	高井 典子			
<p><講義の概要と目的></p> <p>本科目では観光（＝ツーリズム）を「地域を舞台とする交流産業」としてとらえ、「地域づくり」の仕組みとしての「着地型観光」に焦点を当てる。従来の観光事業の主流である発地型観光が都会の旅行会社主導の送客型ビジネスであるのに対し、着地型観光は地域住民が主体となって観光資源を発掘、商品化、発信を行う集客型の事業展開を目指すものである。地域づくりの一手法として近年注目を集める一方で、着地型のビジネスモデルはまだ完全に確立されたものではなく、実践では様々な課題に直面している。講義ではまず交流産業としての観光の諸特徴と課題を整理し、そのうえで各地のケース分析を通して、着地型観光の考え方と実践手法を検討し、議論する。</p> <p>受講者は本科目を履修し、必要な学習課題に取り組むことにより、下記の目標を達成することが期待される：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 旅行経験を商品とするサービス・ビジネスとしての観光の特徴と課題を理解する。 2. 経済・社会・文化現象としての観光が地域社会に及ぼす影響について理解し、負のインパクトを最小化しながら正のインパクトを最大化するための条件を考えることができる。 3. 観光の当事者、すなわち、旅行者、観光事業者、自治体および地域住民が win-win-win とする持続的な観光を実現するための条件を考えることができる。 4. 地域住民主導の地域づくりとしての着地型観光の実践過程における課題を認識し、解決のためのアプローチを考えることができる。 				
<p><講義計画></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 週目 観光現象と観光産業へのイントロダクション 2 週目 発地型観光から着地型観光へ：地域づくりとしての観光 3 週目 ケース分析① 4 週目 ケース分析② 5 週目 ケース分析③ 6 週目 ケース分析④ 7 週目 ケース比較とグループ討論 				
<p><講義の進め方></p> <p>講義とケース分析を組み合わせる。ケース分析ではグループ討論および全体討論を行うので、事前に配布する資料を必ず読んでから講義に参加すること。</p>				
<p><教科書及び教材> 教科書は使用しない。教材となるケースは事前に配布する。</p>				
<p><参考書> 適宜、講義内で紹介する。</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>個人課題 60%、講義への貢献度 40%（講義中の発言、討論への貢献度、コメントカードの内容の総合評価）</p>				
<p><履修条件></p> <p>留学生の方へ ⇒ 多くのケース資料を読み、毎回講義中の発言を求めるので、十分な日本語力があることが必要です。</p>				
<p><その他> 毎回の講義でグループおよびクラス討論を行ないますので積極的な姿勢で講義に臨んでください。</p>				

※ この講義は

1月21日(土)、2限、3限 (13:00～16:10)

1月28日(土)、2限、3限 (13:00～16:10)

2月 4日(土)、2限、3限、4限 (13:00～17:50) の予定で行います。

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
福祉サービスビジネス	選択	1	秋学期・前期	木曜・6限
担当教員名	渡邊 敏文			
<p><講義の概要と目的></p> <p>最近の福祉分野においては、サービスとビジネスという視点から論じることが中心となってきた。このような状況を踏まえ、本授業においては、福祉の制度や組織と経営、人事・労務管理、具体的サービス提供、地域福祉の創造などの具体的事項について講義、ディスカッションを行う。これらをとおして、福祉サービスビジネスに関して、総論と各論をバランスよく学び、最終的には福祉サービスビジネスの事業創造を実践することができる基礎的な力を身に付けることを目的とする。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 日本における福祉制度の概要 2 週目 福祉サービスの組織と経営に関する基礎理論 3 週目 福祉サービスの管理・経営・運営の方法 4 週目 高齢社会におけるサービスの提供 5 週目 住民がつくるコミュニティケアの創造 6 週目 地域における福祉サービスの総合的創造 7 週目 まとめ</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>各回の授業において、講義を中心として行うがディスカッションも織り込んでいきたい。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>教科書は使用しない。授業において、その都度、資料を配布する。</p>				
<p><参考書></p> <p>授業において、必要に応じて紹介する。</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席、レポート試験結果、ディスカッションへの貢献度を 5 : 3 : 2 の比率で評価する。</p>				
<p><履修条件></p> <p>特になし。</p>				
<p><その他></p> <p>なし</p>				

科目番号 41

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
スポーツビジネス	選択	1	秋学期・前期	水曜・5限
担当教員名	赤木 弘喜			
<p><講義の概要と目的></p> <p>現代社会において、スポーツはその存在と影響力の大きさを増している。スポーツの産業としての発展は、「グローバル化と地域密着」という、まさに日本経済の方向性と一致しているとも言える。本講義は、スポーツのグローバル化の流れを見極めながら、地域密着および地域に貢献できるスポーツビジネスの構築を目指す。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目 スポーツマネジメントを知る：基礎知識 スポーツマネジメントの基礎知識・日本のスポーツ政策</p> <p>2 週目 スポーツマーケティングを知る：基礎知識 スポーツプロダクト・スポーツ消費者・プロモーション</p> <p>3 週目 スポーツビジネスの可能性を探る：ワークショップ形式 スポーツ経験・スポーツ資源・スポーツの問題点（課題）</p> <p>4 週目 スポーツで地域を創る：ワークショップ形式 スポーツによる「まちづくり」・スポーツイベントの効果・スポーツコミッション</p> <p>5 週目 スポーツツーリズムの現状と未来：ワークショップ形式 スポーツツーリズムの概念・観光行動のメカニズム・スポーツツーリズムのインパクト</p> <p>6 週目 スポーツボランティアについて考える：ワークショップ形式 経験価値・マズローの欲求階層・ボランティア</p> <p>7 週目 スポーツビジネスの創造：ワークショップ形式 ビジネスアイデア・地域課題・事業性・参加者確保と継続性 まとめ・課題</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>配布資料に基づき講義を行う。意見交換を重視しますので、積極的に発言してください。質疑応答やミニレポートも数回課します。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>資料配布（必要に応じて PPT ファイルを SNS からダウンロードする。）</p>				
<p><参考書></p> <p>スポーツ産業論入門（第4版）：原田宗彦編著 杏林書店 スポーツで地域をつくる：堀繁・木田悟・薄井光裕編 東京大学出版会 スポーツマーケティング：原田宗彦編著 大修館書店</p>				
<p><成績評価方法></p> <p>出席最重視。発言態度、ミニレポート、最終課題（レポート）にて総合評価する。 （出席点 50%、課題点 50% + 発言評価点）</p>				
<p><履修条件> 特になし</p>				
<p><その他></p>				

科 目 名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
海外経済事情 I (中国・ロシア・モンゴル・インド・韓国)	選択	2	春学期・通期	水曜・5限
担当教員名	富山栄子・大使館、JICA 他			
<p><講義の概要と目的></p> <p>今後成長が期待される新興国（中国、ロシア、モンゴル、インド、韓国）のマクロ環境（経済・社会・文化の状況（経済の発展状況、社会インフラの整備状況、消費動向、教育水準、雇用・労働市場、国民性）や産業・企業の発展状況（産業構造、伸びている産業、今後の成長が期待される産業、企業に対する規制、企業の成熟度等）や日本との経済協力関係の現状と今後（ODAの状況、海外からの資金調達状況、海外から見た投資環境、資本移動）について学び、ビジネスチャンスとリスク、ビジネスの成功・失敗を学習することで、新興国に対する理解を深め、今後のビジネス展開の基礎知識を得る。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目(4.20)中国の経済・社会・文化の状況（在新潟中国王華総領事、富山）</p> <p>2 週目(4.27)中国の産業・企業の発展状況（在新潟中国王華総領事、富山）</p> <p>3 週目(5.11)中国のビジネスチャンスとリスクと起業環境（株式会社好朋友孫梨冰社長、富山）</p> <p>4 週目(5.18)中国での成功企業、失敗企業（株式会社好朋友孫梨冰社長、富山）</p> <p>5 週目(5.25)韓国経済・社会・文化の状況（長岡大学 経済経営学部権五景准教授、富山）</p> <p>6 週目(6.1)韓国の産業・企業の発展状況（長岡大学 経済経営学部権五景准教授、富山）</p> <p>7 週目(6.8)韓国での成功企業、失敗企業、ビジネス（東京大学大学院経済学研究科ものづくり経営研究センター吉川良三特任研究員、富山）</p> <p>8 週目(6.15)インドの経済・社会・文化の状況（株式会社インフォブリッジマーケティング&プロモーションズ 石田悦子氏、富山）</p> <p>9 週目(6.22)インドのビジネスチャンスとリスク、日本とインドの経済関係(International India Accounting Co.,Ltd 岩瀬 雄一（日本国公認会計士・税理士）代表取締役、富山）</p> <p>10 週目(6.29)インドでの成功企業、失敗企業、ビジネス（株式会社インフォブリッジマーケティング&プロモーションズ 繁田奈歩代表取締役社長、富山）</p> <p>11 週目(7.6)ロシアの政治・経済・社会の状況：ソ連邦の崩壊と民主主義への転換、社会主義経済から市場経済への移行、経済インフラ、社会インフラの現状、経済格差の拡大（世代間、地域間、市民間、世界経済におけるロシアの存在感、タンデム政権と経済の近代化の課題（松井 啓元駐カザフスタン大使、富山）</p> <p>12 週目(7.13)ロシアの産業とビジネスチャンスとリスク（イワン・ツェリツェフ新潟経営大学教授、富山）</p> <p>13 週目(7.20) ロシアでの成功企業、失敗企業、ビジネス（ロシア東欧貿易会、富山）</p> <p>14 週目(7.27) モンゴルの経済・社会・文化・産業の状況（砂川眞株）コーエイ総合研究所 特別顧問、秋田国際教養大学非常勤講師、富山）</p> <p>15 週目(8.3.)モンゴルでのビジネスチャンスとリスク、成功企業と失敗企業（前モンゴル外交貿易省貿易投資政策アドバイザー松岡克武氏、富山）</p> <p>※都合により、講義の順序が入れ替わったり、講師の先生が変わることもあり得ますのでご了承ください。</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>講義を行った後、最後の 20 分は質疑応答を行う。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>適宜配布する。</p>				

<参考書>

司空耄『韓国経済 新時代の構図』東洋経済
 深川由紀子『韓国・先進国経済論』日本経済新聞社
 環日本海経済研究所編『現代韓国経済』日本評論社
 金頭哲・野中郁次郎『殿様経営の日本+皇帝経営の韓国=最強企業の作り方』ユナイテッド・ブック。
 ベ 元基(2009)『失敗しない「韓国ビジネス」のオキテ』講談社
 浅海信行(2008)『韓国・台湾・中国企業の成長戦略』溪草書房
 関 志雄、朱 建栄、(2009)『中国経済成長の壁』勁草書房
 関 志雄 (2009)『チャイナ・アズ・ナンバーワン』東洋経済新報社
 徐向東(2009)『中国人に売る時代!』日本経済新聞出版社
 松尾栄蔵等(2001)『上海を制するものが世界を制す!-膨張する中国巨大市場をいかに攻略するか』ダイヤモンド社。
 中津孝司(2007)『ロシア世界を読む』創成社新書。
 久保庭真彰(2011)『ロシア経済の成長と構造』岩波書店
 岡田 進(2010)『新ロシア経済図説』(ユーラシア・ブックレット)
 塩原 俊彦(2005)『ロシア経済の真実』
 大津定美、吉井昌彦 (2004)『ロシア・東欧経済論』
 高橋浩(2008)『早わかりロシアビジネス』B&T ブックス日刊工業新聞社
 安木 新一郎『ロシア極東ビジネス事情』(ユーラシア・ブックレット)
 ロシア・東欧経済-市場経済移行の到達点(ロシア研究)西村 可明(単行本 - 2004/10)
 現代ロシア経済論 中山 弘正、栖原 学、上垣 彰、辻 義昌(単行本 - 2001/6/25)
 本村真澄(2005)『石油大国ロシアの復活』アジア経済研究所。
 JOGMEC のホームページ ; <http://www.jogmec.go.jp>
 富山栄子(2004)『ロシア市場参入戦略』ミネルヴァ書房
 富山栄子(2005)『わかりすぎるグローバル・マーケティング-ロシアとビジネス-』
 大前研一(2008)『ロシア・ショック』、講談社。
 中島岳志編著(2009)『インドのことはインド人に聞け!』講談社。
 田中雅一・田辺明生編(2010)『南アジア社会を学ぶ人のために』世界思想社
 NHK スペシャル取材班(2009)『インドの衝撃』文春文庫
 エドワードルース(2008)『インド 厄介な経済大国』田口未和翻訳、日経BP社
 浦田秀次郎,小島眞,日本経済研究センター編(2010)『インド 成長ビジネス地図』日本経済新聞出版社。
 清好 延(2009)『インド人とのつきあい方-インドの常識とビジネスの奥義』ダイヤモンド社。
 西村 幹也(2009)『もっと知りたい国 モンゴル』
 岩田 伸人(2010)『モンゴルプロジェクト(青山学院大学総合研究所叢書)』
 渡辺 賢一(2007)『和僑-15人の成功者が語る実践アジア起業術』

<成績評価方法>

出席、レポート、授業への貢献度を 3:5:2 の比率にて評価する。

<履修条件> 特になし。

<その他>

科目名	必修・選択	単位数	学期	曜日・時限
海外経済事情Ⅱ (ASEAN 諸国)	選択	2	秋学期・通期	水曜・5 限
担当教員名	富山栄子・JICA・アジア経済研究所ほか			
<p><講義の概要と目的></p> <p>今後成長が期待される ASEAN 諸国のなかで、ベトナム、インドネシア、マレーシア、タイを取上げ、これら諸国のマクロ環境（経済・社会・文化の状況（経済の発展状況、社会インフラの整備状況、消費動向、教育水準、雇用・労働市場、国民性）や産業・企業の発展状況（産業構造、伸びている産業、今後の成長が期待される産業、企業に対する規制、企業の成熟度等）や日本との経済協力関係の現状と今後（ODA の状況、海外からの資金調達状況、海外から見た投資環境、資本移動）について学び、ビジネスチャンスとリスク、ビジネスの成功・失敗事例等を学習することで、これらの新興国に対する理解を深め、今後のビジネス展開の基礎知識を得る。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目(10.12)ベトナムの経済・社会・文化の状況（トー・ホアン国土館大学客員教授、富山）</p> <p>2 週目(10.19)ベトナムの産業・企業の発展状況（トー・ホアン国土館大学客員教授、富山）</p> <p>3 週目(10.26)ベトナムと日本との経済協力関係の現状と今後、ビジネスチャンスとリスクと起業環境（トー・ホアン国土館大学客員教授、富山）</p> <p>4 週目(11.2)ベトナムでの成功企業、失敗企業（トー・ホアン国土館大学客員教授、富山）</p> <p>5 週目(11.9)タイ経済の状況（江川 暁夫氏（元在タイ国日本大使館経済担当官）、富山）</p> <p>6 週目(11.16)タイ産業の状況（江川 暁夫氏（元在タイ国日本大使館経済担当官）、富山）</p> <p>7 週目(11.30)日タイ経済関係（国土交通省小林健典氏（元在タイ国日本大使館経済担当官）、富山）</p> <p>8 週目(12.7)マレーシア経済・社会・文化の状況（アジア経済研究所新領域研究センター経済統合研究グループ長 熊谷聡氏、富山）</p> <p>9 週目(12.14)マレーシアと日本との経済協力関係の現状と今後、ビジネスチャンスとリスク（JICA からの講師、富山）</p> <p>10 週目(12.21)マレーシア産業・企業の発展状況（アジア経済研究所新領域研究センター経済統合研究グループ長 熊谷聡氏、富山）</p> <p>11 週目(1.11)インドネシア経済・社会・文化の状況（アジア経済研究所開発研究センター、国際経済研究グループ、濱田美紀氏、富山）</p> <p>12 週目(1.18)インドネシア産業・企業の発展状況（JICA からの講師、富山）</p> <p>13 週目(1.25)インドネシアビジネスチャンスとリスク（日本貿易振興機構／アジア経済研究所、富山）</p> <p>14 週目(2.1)インドネシアでの成功企業、失敗企業（日本貿易振興機構／アジア経済研究所、富山）</p> <p>15 週目(2.8)タイでの成功企業、失敗企業（東北大学 西澤昭夫教授、富山）</p> <p>※ 都合により、講義の順序が入れ替わったり、講師の先生が変わることもあり得ますのでご了承ください。</p>				
<p><講義の進め方></p> <p>講義を行った後、最後の 20 分は質疑応答を行う。</p>				
<p><教科書及び教材></p> <p>適宜配布する。</p>				

<参考書>

ベトナム経済研究所編、窪田光順著(2008)『早わかり ベトナムビジネス 第2版』日刊工業新聞社。

トラン・ヴァン・トウ(2010)『ベトナム経済発展論 中所得国の罫と新たなドイモイ』勁草書房。

The Indonesian Economy, Hal Hill, Cambridge University Press; 2版 (2000/05)

「これからの消費市場を読む -拡大する世界の中間層を狙え-(2011年1月)」

「BOP ビジネス潜在ニーズ調査報告書：インドネシア：衛生・栄養分野 (2010年3月)」

<http://www.jetro.go.jp/library/guide/1270/>

『インドネシア ハンドブック = Indonesia Handbook』ジャカルタ ジャパン クラブ、JETRO ジャカルタセンター。

三菱東京UFJ銀行『投資ガイドブック インドネシア』

The Economist Intelligence Unit (EIU) “Country commerce : Indonesia”

佐藤 百合 大原盛樹編『アジアの二輪車産業-地場企業の勃興と産業』(アジ研研究双書)

佐藤 百合 編『インドネシアの経済再編-構造・制度・アクター (アジ研研究双書)』

世界銀行”Indonesia Economic Quarterly”

(<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/EASTASIAPACIFICEXT/INDONESIAEXTN/0,,contentMDK:22790574~pagePK:1497618~piPK:217854~theSitePK:226309,00.html>)

安中章夫, 三平則夫編(1995)『現代インドネシアの政治と経済-スハルト政権の30年-』アジア経済研究所,(研究双書 / アジア経済研究所 [編])。

<http://www.jetro.go.jp/world/asia/idn/reports/>

青木健「マレーシア経済入門-2020年に先進国入りを目指す」日本評論社

マレーシア工業開発庁ウェブサイト (<http://www.midajapan.or.jp/>)

アジア動向データベース：2009年のマレーシア

(<http://d-arch.ide.go.jp/browse/html/2009/206/2009206TPC.html>)

末廣昭 (1993)『タイ 開発と民主主義』, 岩波新書。

末廣昭 (2009)『タイ 中進国の模索』, 岩波新書。

重富真一 (2006), 「第5章 タイ -世界市場に依存した農業発展-」, 重富真一編『グローバリゼーションと途上国農村市場の変化 -統計的概観-』 調査研究報告書, 95-117 ページ, アジア経済研究所。

恒石隆雄 (2007)『セタキット・ポーピアン(充足経済)』海外外研究員レポート, アジア経済研究所

(http://www.ide.go.jp/Japanese/Publish/Download/Overseas_report/pdf/200703_tsuneishi.pdf)

末広昭(1993)『タイ 開発と民主主義』岩波書店。

原田泰・井野靖久(1998)『タイ経済入門第2版 急ぎすぎた失敗からの再挑戦』日本評論社

<成績評価方法>

出席、レポート、授業への貢献度を 3:5:2 の比率にて評価する。

<履修条件>

特になし

<その他>



2011 年 4 月 1 日作成

2011 年度 事業創造大学院大学 講義等の概要
発行者 事業創造大学院大学
〒950-0916 新潟県新潟市中央区米山 3-1-46
TEL 025-255-1250
FAX 025-255-1251
ホームページアドレス : <http://www.jigyo.ac.jp/>

- ※ この概要は 2011 年度の内容です。2012 年度以降は変更となる場合があります。
- ※ この概要に記載された内容を無断で転載することを禁じます。