



CHUO GRADUATE SCHOOL OF
STRATEGIC
MANAGEMENT

2021年度 講義要項

*Chuo
Graduate School of
Strategic Management*

中央大学ビジネススクール
MBAプログラム

目 次

授業科目・担当者一覧	・ ・ ・ ・ ・ 1
講義要項	・ ・ ・ ・ ・ 5
索引	
教員名 50 音順	・ ・ ・ ・ 203

授業科目・担当者一覧

2021 年度入学生対象カリキュラム表掲載順

科目名	担当教員	頁
リーダーシップコア	露木 恵美子	5
経営戦略論基礎 【前期】	遠山 亮子	7
経営戦略論基礎 【後期】	生稲 史彦	9
マーケティング戦略論 【前期】	中村 博	11
マーケティング戦略論 【後期】	田中 洋	13
人的資源管理 【前期】	佐藤 博樹	15
人的資源管理 【後期】	高村 静	17
コーポレートファイナンスと企業戦略 【前期】	鈴木 智大	19
コーポレートファイナンスと企業戦略 【後期】	山内 浩嗣	21
経営法務概論	杉浦 宣彦、阿部 道明	23
ビジネスモデル戦略論 【前期】	生稲 史彦	25
ビジネスモデル戦略論 【後期】	犬飼 知徳	27
戦略と組織 【前期】	露木 恵美子	29
戦略と組織 【後期】	犬飼 知徳	31
知識創造戦略論	遠山 亮子	33
ICT ガバナンスと企業戦略	山本 秀男	35
ビジネスエコノミクス	丹沢 安治	38
消費者行動論	松下 光司	40
ブランド戦略論	田中 洋	42
流通・営業戦略 【前期】	中村 博	44
流通・営業戦略 【後期】	祝 辰也	46
雇用管理 【前期】	高村 静	48
雇用管理 【後期】	佐藤 博樹	50
人材開発	高村 静	52
インセンティブ・マネジメント	佐藤 博樹	54
インベストメントと企業リスク管理 【前期】	矢部 謙介	56
インベストメントと企業リスク管理 【後期】	石田 惣平	58
財務報告論	伊藤 邦雄	60
グローバル経営法務	吉田 愛	62
コンプライアンス・内部統制と法実務	杉浦 宣彦、森谷 博之、 吉田 知玄	64
金融市場と法	杉浦 宣彦	66
企業の社会的責任	本橋 潤子	68
ビジネスプランニング	新藤 晴臣	70

ロジカルシンキング・デザインシンキング／デザインシンキング	伊藤 智久	72
特別講義（ビジネス・コミュニケーション）／ビジネス・コミュニケーション	愛場 吉子	74
特別講義（組織開発とチームビルディング）／組織開発とチームビルディング／チームビルディングとリーダーシップ	遠山 亮子、大野 宏、 森尾 公仁子	76
特別講義（ビジネス交渉術）／ビジネス交渉術	吉田 武史、松本 慶、 Christoph Rademacher、高田 昭英	78
コーチング	片桐 多佳子	80
グローバル経営戦略論	犬飼 知徳	82
アジアビジネス論	池部 亮	84
異文化理解とその実践	市原 明日香	86
新興国ビジネス戦略	丹沢 安治	88
イノベーションの実践	生稲 史彦	90
技術開発マネジメント論	生稲 史彦	92
デジタル変革時代のサービス戦略	山本 秀男	94
プログラムマネジメント	山本 秀男	97
戦略とゲーム理論	松八重 泰輔	100
アライアンス戦略論	安田 洋史	102
ロジスティクス戦略論	加藤 弘貴	104
アントレプレナーシップとベンチャービジネス	新藤 晴臣	106
中小企業論	鹿住 倫世	108
ヘルスケアビジネス入門	真野 俊樹	110
高齢社会ビジネス	真野 俊樹	112
ヘルスケア産業論	真野 俊樹	114
Strategic Management and Global Leadership	木村 剛	116
新製品マーケティング	中村 博	118
カスタマー・リレーションシップ・マネジメント	椎名 昌彦	120
マーケティング・リサーチ	土田 尚弘	122
マーケティング・コミュニケーション	田中 洋	124
ヘルスケアマーケティング	真野 俊樹	126
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	128
業種別人的資源管理/人材サービス業論	佐藤 博樹、松浦 民恵、 大木 栄一、中村 天江	130
キャリア管理論	荻野 勝彦	133
ダイバーシティマネジメント	池田 心豪	135

人的資源管理特別研究（日本企業の人材マネジメント） / 日本企業の人材マネジメント	海老原 嗣生	137
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）	石原 直子	139
人的資源特別研究（日本の労働法政策）	濱口 桂一郎	141
リアルオプションと企業戦略	服部 徹	143
ビジネスのための金融工学	山内 浩嗣	145
ベンチャーファイナンス	海老澤 観	147
租税戦略・事業再生と法務	鶴巻 暁、泉 絢也	150
知的財産戦略と法実務（経済法との交錯）	中村 勝彦	152
対行政のビジネス法務	杉浦 宣彦、保井 俊之、 石野 耕也、勝間 和代、小林 香	154
労働関連法務	藤井 基	156
経営法務特別研究（M&A と契約・デューデリジェンス） / M&A と契約・デューデリジェンス	淵邊 善彦	158
経営法務特別研究（財務行政とその課題）	杉浦 宣彦、井上 浩	160
特別講義（実践・変革マネジメント論）	松江 英夫	163
特別講義（金融行政とその課題）	杉浦 宣彦、野崎 英司	166
特別講義（ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える）	折田 明子、杉浦 宣彦、 山本 秀男	168
特別講義（医療サービスビジネス） / 特別講義（ヘルスケア産業における企業・財務分析）	渡辺 英克	170
特別講義（ヘルスケアビジネス） / 特別講義（ヘルスケア制度・行政論）	田極 春美、岩名 礼介	172
フィールドラーニング 1（戦略 1） / フィールドラーニング（戦略 1）	犬飼 知徳、松下 光司	175
フィールドラーニング 1（戦略 2） / フィールドラーニング（戦略 2）	犬飼 知徳	177
フィールドラーニング 1（ビジネスエコシステム） / フィールドラーニング（ビジネスエコシステム）	丹沢 安治	179
フィールドラーニング 1（ブランド構築） / フィールドラーニング（ブランド構築）	田中 洋	181
社会調査法	大西 浩志	183
ビジネス・データ分析	生田目 崇	185
マーケティング特別研究（マーケティング研究法） / 研究方法論基礎	松下 光司	187
経済学入門	藤田 康範	189
経営学入門	幸田 達郎	191

現代法学入門	遠藤 輝好、岡 伸浩、 遠山 信一郎	193
企業会計入門 【前期】	越智 信仁	195
企業会計入門 【後期】	富塚 嘉一	197
プロジェクト研究Ⅰ	生稲 史彦、石島 博、伊藤 邦雄、 犬飼 知徳、佐藤 博樹、 杉浦 宣彦、高村 静、田中 洋、 丹沢 安治、露木 恵美子、 遠山 亮子、中村 博、松下 光司、 真野 俊樹、山内 浩嗣、 山本 秀男、吉田 愛	199
プロジェクト研究Ⅱ	生稲 史彦、石島 博、伊藤 邦雄、 犬飼 知徳、佐藤 博樹、 杉浦 宣彦、高村 静、田中 洋、 丹沢 安治、露木 恵美子、 遠山 亮子、中村 博、松下 光司、 真野 俊樹、山内 浩嗣、 山本 秀男、吉田 愛	200
論文	生稲 史彦、石島 博、伊藤 邦雄、 犬飼 知徳、佐藤 博樹、 杉浦 宣彦、高村 静、田中 洋、 丹沢 安治、露木 恵美子、 遠山 亮子、中村 博、松下 光司、 真野 俊樹、山内 浩嗣、 山本 秀男、吉田 愛	201
課題研究	生稲 史彦、石島 博、伊藤 邦雄、 犬飼 知徳、佐藤 博樹、 杉浦 宣彦、高村 静、田中 洋、 丹沢 安治、露木 恵美子、 遠山 亮子、中村 博、松下 光司、 真野 俊樹、山内 浩嗣、 山本 秀男、吉田 愛	202

科 目 名	リーダーシップコア
担 当 者	露木 恵美子
履 修 条 件	キックオフ・セミナー、リフレクションセミナー①、②、③、ラップアップセミナーを受講すること
科目の目的 ・到達目標	<目的> (1) 戦略経営、戦略経営リーダー、チェンジ・リーダーを理解する (2) MBA で学ぶことの意味を理解する (3) 自分自身/人間/集団/組織/社会に対する理解を深める (4) リーダーシップ&フォロワーシップを涵養する <目標> 目指すリーダー像と担うリーダーシップのイメージを自らの言葉で表現する
概 要	多様性と変化の時代において、戦略を策定するだけではなく、戦略を実行できる組織の在り方が模索されている。本授業では、リーダーシップを組織現象としてとらえ、戦略を組織全体に浸透させ、実行に移すためのリーダーならびにリーダーシップについて、それぞれの個人が考え、それぞれの立場で実践するためのイメージを描き、具体的なアクションプランを作成する。
授 業 計 画	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？ 第2回：パーソナリティ・価値観・感情に関する理論と討議 第3回：自分のキャリアの棚卸（他人史の作成） 第4回：ワークモチベーション（仕事に対してのやる気）についての考察 第5回：リーダーシップとは何か？ 第6回：現時点のリーダー像（現時点）について自分の意見をまとめる 第7回：CBS 出身のリーダーたちの講演 第8回：CBS 出身のリーダーたちを交えてのディスカッション 第9回：チームとコミュニケーション：チームビルディングに必要な要素を考える 第10回：職場におけるコミュニケーションの要諦を探る 第11回：コンフリクトとパワー：意思決定、コンフリクトとその解決法を考える 第12回：コンフリクトとパワー：役割としてのリーダーと実際のリーダーシップ 第13回：チェンジ・リーダーとしての自己像のイメージづくり 第14回：チェンジ・リーダーとしての自己像の共有 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	評価基準 (1) 授業への貢献度の割合：30% 授業への貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、グループワークへの参加）ミニットペーパー等の提出を基準とする。

	(2) ミニレポート 30% 各回のテーマについての理解・考察・内省の度合いを基準とする。 (3) 最終レポート 40% 最終課題の完成度、全体を通した授業の理解度を基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	参考文献一覧： 使用テキスト：スティーブン・P・ロビンス（高木晴夫訳）『新版組織行動のマネジメント』（2009）ダイヤモンド社 ＊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 ・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 ・武藤北斗『生きる職場』（2017）イースト・プレス ＊課題ビデオ： 『12 人の怒れる男』 ヘンリー・フォンダ主演の作品 ＊参考文献（MBA を修了するまでに読破されることをお勧めします）： ・H. ミンツバーグ（2006）『MBA が会社を滅ぼす』 日経 BP マーケティング - 金井壽宏（2005）『リーダーシップ入門』 日経文庫 - 中原淳・金井壽宏（2009）『リフレクティブ・マネジャー』 光文社文庫 - ロバート・キーガン他（2013）『なぜ人と組織は変わらないのか』 英治出版 - ロバート・キーガン他（2017）『なぜ弱さを見せあえる組織が強いのか』 英治出版 - ビル・トルバート他（2016）『行動探求』 英治出版
特記事項	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。 ・授業日の前日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。 準備学習について【重要】 ・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の必ず取り組むこと。

科 目 名	経営戦略論基礎
担 当 者	遠山 亮子
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：経営戦略の基礎理論と実践の方法論を学び、経営学を学ぶ基礎とすることを目的とする。 到達目標：経営戦略全般について実践の中で理解し、講義で学んだ理論やフレームワークを戦略の策定や実践に活かせるようになること
概 要	経営学の基礎となる経営戦略について、全社戦略、事業戦略、マーケティング戦略など様々な側面からその基礎理論と方法論について論じるものである。講義においては様々な企業の戦略策定と実行に関するケースを使用し、ディスカッションを行うことにより、理論を実践する力を身につける。
授 業 計 画	第1回 序説：戦略とは何か 第2回 競争戦略 第3回 課題発表1（SWOT分析） 第4回 ケース・マブチモーター 第5回 未来を創る戦略 第6回 ゲストスピーカー1 第7回 業界構造分析 第8回 マーケティング戦略 第9回 課題発表2（業界構造分析） 第10回 ケース・アスクル 第11回 ビジネスモデル戦略 第12回 ゲストスピーカー2 第13回 全社戦略 第14回 戦略と組織、まとめ ※ゲストスピーカーは経営者・経営幹部による戦略の実践についての特別講義である。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。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない
成績評価の 基準と方法	課題レポート 70%、講義課題 10%×2回＝20%、講義への貢献（発言など）10% <評価基準> 課題レポート：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。分析に深みと具体性はあるか。分析から戦略の提言に至っているか。用語は正

	しく用いられているか。 講義課題：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。 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。 ・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。
テキスト・参考文献等	テキスト：『経営学入門（上）（下）』榊原清則（日経文庫、2002年） 『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） 参考文献：参考文献は講義において示す。
特記事項	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。 ・講義中に紙でも配布を行う。 課題・宿題の課題テーマの提示について ・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。 準備学習について ・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。 ・配布されたケースは必ず事前に読んでくること。 ・毎回授業前にC plusにレジュメが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。また、授業の最後に課題が提示された場合は必ず取り組むこと。

科 目 名	経営戦略論基礎
担 当 者	生稲 史彦
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	(科目の目的) 経営戦略とはなにかを理解し、実際の経営戦略を読み解く力を養う。 (到達目標) 戦略を中心に、企業経営を語るための言葉(概念)を身につけ、経営戦略とはなにかを理解することを目指す。その上で、経営戦略論で蓄積されてきたツールとその論理を説明し、現実に応用できる力を付けることを目指す。これらの知識と分析能力を身につけることで、企業の経営戦略を理解して、その背後にある論理を読み解き、より良い経営戦略を提案する力を有することを目指す。
概 要	経営学の基礎となる経営戦略について、全社戦略、事業戦略、マーケティング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。講義では、様々な企業の戦略策定と実行に関する事例を交えて紹介し、グループワークとディスカッションを行うことにより、理論を実践する力を身につける。
授 業 計 画	第1回 経営戦略とは何か 第2回 5つの力に着目した競争環境の分析 第3回 競争優位の構築 第4回 競争優位の分析 第5回 ライフサイクルに合わせた戦略変更 第6回 競争ポジション別と戦略類型 第7回 <ゲストスピーカー> 第8回 ゲストスピーカーとの意見交換 第9回 全社戦略、多角化、垂直統合 第10回 全社戦略の分析 第11回 <ゲストスピーカー> 第12回 ゲストスピーカーとの意見交換 第13回 企業ドメイン、ドメイン・コンセンサス 第14回 戦略と組織の相互作用、創発戦略 ※ゲストスピーカーは経営者・経営幹部による戦略の実践についての特別講義である。 なお、ゲストスピーカーの講義日程を含む講義予定は、進捗などに応じて変更されることがある。 ・アクティブ・ラーニング要素 ☒ディスカッション、☒グループワーク、☒プレゼンテーション、☐実習、☐フィールドワーク、☐PBL（課題解決型学習）、☐反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、☐ディベート☐その他（ ）、☐実施していない

	・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	レポート、およびディスカッションでの発言頻度、内容による。 ・レポート: 70% 評価基準: 経営戦略についての考察の度合い、また独自の視点があるかを基準とする。 ・講義課題: 20% 評価基準: 経営戦略を立案する方法論を実践し、妥当な分析結果を導いているかを基準とする。 ・クラスへの貢献点: 10% 評価基準: 発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等のクラスへの貢献の有無を評価基準とする。 ・課題(中間試験やレポート等)に対するフィードバックの方法 ☑授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・ 参考文献等	テキスト: 網倉久永, 新宅純二郎(2011)『マネジメント・テキスト 経営戦略入門』日本経済新聞出版社 沼上幹(2000)『わかりやすいマーケティング戦略』有斐閣アルマ. 参考文献: 榊原清則(2002)『経営学入門(上)(下)』日経文庫. その他の参考文献は、随時、講義中に提示する。
特記事項	<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> ・課題を講義中に発表してもらうことがあるので、必ず C plus を通して提出すること。その場合、締め切り1週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・講義でケース分析を行う際には1週間前にはケースを配布するので、必ず事前に読んでく ること。 <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。

科 目 名	マーケティング戦略論
担 当 者	中村 博
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：マーケティング戦略論における基本的な理論枠組みを理解し、戦略立案の能力を身につけることを目的とする。 到達目標：マーケティング論における基本枠組みを用いて様々なマーケティング現象を分析し、その分析に基づき適切なマーケティング戦略を策定することができる基礎的能力を養成することを目的とする。
概 要	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。
授 業 計 画	第1回 イン트로ダクション：講義概要と進め方、最終課題説明およびマーケティング戦略論の概略 第2回 マーケティング・プロセスの全体像 第3回 マーケティングの基礎概念：市場細分化、ターゲティング、ポジショニング 第4回 市場・競争環境の分析：市場の定義、競合分析、機会・脅威分析など 第5回 新商品戦略（1）：商品論、製品開発プロセス、ニーズ分析 第6回 新商品戦略（2）：商品コンセプト開発、市場導入戦略 第7回 コミュニケーション戦略：カスタマージャーニー分析、店頭マーケティング、プロモーション戦略など 第8回 コミュニケーション戦略演習 第9回 チャネル戦略：リアル小売業、ネット小売業の動向とチャネル対応 第10回 小売業のマーケティング、カテゴリー・マネジメント演習 第11回 価格戦略：価格理論（参照価格など）、価格決定の実務 第12回 価格戦略：価格弾力性などの演習 第13回 ブランド戦略：ブランドとは、ブランド戦略の理論とプロセス 第14回 最終課題発表（グループワークの結果報告） ＜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、流通のコンサルティング業務に携わった。コンサルティングの実務経験を活かして、流通戦略の講義を行う。また、メーカーおよび小売業とアジアショッパーインサイト研究会を主宰しており、実証実験の内容は授業で紹介される。 ＜アクティブ・ラーニング要素＞ ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、■PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、□ディベート、■その他（実務家との意見交換）、□実施していない

	< (ICT を活用した) 双方型授業の実施 > ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()、□実施していない
成績評価の 基準と方法	・ 3 回程度の課題レポート (各レポート A4 用紙 1 枚程度) (10%×3=30%) ・ 最終課題のレポート (60%) 評価基準：議論の論理展開の適切さ、意見の明確さ ・ 講義への貢献度 (発言など) (10%) 評価基準：発言の回数や内容の適切さ、他の学生と協調して学ぶ態度
テキスト・ 参考文献等	テキスト：『コトラー&ケラーのマーケティング・マネジメント 基本編(第3版)』コトラー&ケラー著、恩蔵直人監修、月谷真紀訳 (丸善出版、2014 年) 参考文献：別途指示する。
特 記 事 項	(1) 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。 ・ 紙で資料を配布する場合があります。 (2) 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。 (3) 準備学習について：ディスカッション課題を講義時に提示するので、指示された方法で準備すること。

科 目 名	マーケティング戦略論
担 当 者	田中 洋
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：マーケティング戦略論における基本的な理論枠組みを理解し、マーケティング計画の立案能力を身につけることを目的とする。 到達目標：マーケティング論における基本枠組みを用いて様々なマーケティング現象を分析し、その分析に基づき適切なマーケティング戦略を策定することができる基礎的能力を養成することを目的とする。
概 要	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。
授 業 計 画	第1回 イン트로ダクション：講義概要と進め方 第2回 マーケティング・プロセスの全体像 第3回 マーケティングの基礎概念：市場細分化、ターゲティング、ポジショニング 第4回 市場・競争環境の分析：市場の定義、競合分析、機会・脅威分析など 第5回 マーケティング戦略の策定（1）：製品・価格政策 第6回 ケース討議（1）：製品・価格政策 第7回 マーケティング戦略の策定（2）：チャネル・コミュニケーション政策 第8回 ケース討議（2）：チャネル・コミュニケーション政策 第9回 マーケティング戦略の策定（3）：ブランド政策 第10回 ケース討議（3）：ブランド政策 第11回 マーケティングの新展開 第12回 ケース討議（4）：マーケティングの新展開 第13回 最終課題プレゼンテーション 第14回 講義のまとめ ・アクティブ・ラーニング要素 ☒ディスカッション、☒グループワーク、☒プレゼンテーション ・（ICTを活用した）双方型授業の実施
成績評価の 基準と方法	・予習レポート（ボーナス点） 評価基準：内容の適切さ ・グループプレゼンテーション（30%） 評価基準：理論枠組みの活用の適切さ、戦略の実行可能性・説得性 ・最終課題レポート（40%） 評価基準：議論の論理展開の適切さ、意見の明確さ ・授業への参加・貢献度（30%） 評価基準：発言の回数や内容の適切さ、他の学生と協調して学ぶ態度

	・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☒ 授業時間に限らず、個別にフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：『コトラー&ケラーのマーケティング・マネジメント』第12版（2014）、Philip Kotler（著）、Kevin Lane Keller（著）、ピアソン・エデュケーション その他教材：随時授業時に配布
特記事項	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。 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。 ケース討議課題の提出について ・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。 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。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	人的資源管理
担 当 者	佐藤 博樹
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目的>企業経営における人的資源管理が担うべき基本的な経営機能に関して、基本的な考え方や概念を含めて学ぶ。 <到達目標>企業経営における人的資源管理の機能を理解し、人的資源管理の個別分野の現状や課題を議論する視点を学ぶ。論文等を批判的に検討する視点を得るとともに、論文やプロジェクト研究で自ら取り上げるべきテーマについてのヒントを得る。
概 要	人的資源管理の雇用管理や報酬管理など従来から論じられてきた個別分野に加え、労使関係も取り上げる。労働法や労働経済学など周辺領域も含めた理論を学ぶとともに、事例についてのディスカッションを通じて理解を深める。
授 業 計 画	講義はテキスト（佐藤・藤村・八代『新しい人事労務管理（第6版）』（有斐閣,2019））を使用する。 第1回 イントロダクション、企業経営における人的資源管理の役割 第2回 雇用管理の歴史（テキスト第10章の1）、戦略的人的資源管理（テキスト第10章の3）、人事管理の担い手としての管理職（テキスト終章の5） 第3回 雇用管理（テキスト第2章） 第4回 転勤と勤務地限定制度（テキストcolumn①） 第5回 職能資格制度と職務等級制度（テキスト第3章） 第6回 雇用制度の国際比較（テキスト第10章2）、ジョブ型雇用とメンバーシップ型雇用（column②）、就社と就職（テキスト終章1） 第7回 賃金管理（テキスト第4章） 第8回 給与明細（テキストcolumn③） 第9回 労働時間と勤務場所の管理（テキスト第5章） 第10回 働き方改革(テキストcolumn⑤)、副業（Column④） 第11回 能力開発（テキスト第6章）、キャリア開発（テキスト終章2）、部下育成とハラスメント（Column⑥） 第12回 非正規従業員と派遣労働者（テキスト第7章）、個人請負(テキストcolumn⑦) 第13回 従業員の生活支援（テキスト第8章）、健康経営（テキストcolumn⑨） 第14回 労使関係管理（テキスト第9章）、権利に関する理解(テキストcolumn⑨)、ブラック企業（テキスト終章4） ・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 ■遠隔授業対応授業
成績評価の 基準と方法	・成績評価の方法・基準の明示 課題レポート（70%）、議論への発言・貢献（30%）による。 ・課題レポート：文献として指定された論文についての理解度、レポートの構成力、独自の時

	点があるか、等を基準とする。 ・授業への貢献：授業内で実施するプレゼンテーション、授業への参加度、グループワークなどでの他の学生との協調、等を基準とする。 ・授業期間中の課題（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。
テキスト・参考文献等	テキスト 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 参考文献 守島基博『人材マネジメント入門』日経文庫、2004年 今野浩一郎・佐藤博樹『人事管理入門（第3版）』日本経済新聞出版、2010 今野浩一郎『正社員消滅時代の人事改革』日本経済新聞出版社、2012年 須田敏子『HRM マスターコースー人事スペシャリスト養成講座』慶應義塾大学出版会、2005
特記事項	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。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	人的資源管理
担 当 者	高村 静
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目標> 企業経営における人的資源管理が担うべき基本的な経営機能に関して、基礎的な考え方や概念を含めて学ぶ。 <到達目標> 企業経営における人的資源管理の機能を理解し、人的資源管理の個別分野の現状や課題を議論する視点を学ぶ。関連の論文等を批判的に検討する視点を得るとともに、論文やプロジェクト研究で自ら取り上げるべきテーマについてのヒントを得る。
概 要	人的資源管理の雇用管理や報酬管理など従来から論じられてきた個別分野に加え、労使関係も取り上げる。労働経済学や労働法など周辺領域も含めた理論を学ぶとともに、事例やトピックについてのディスカッションを通じて理解を深める。
授 業 計 画	第1回 インTRODakション/人的資源管理の発展 第2回 雇用管理の歴史 第3回 日本的雇用管理の特徴 第4回 雇用管理の国際比較 第5回 採用・配置・能力開発 第6回 異動・転勤 第7回 評価 第8回 賃金 第9回 労働時間・勤務場所の管理 第10回 働き方改革 第11回 管理職行動 第12回 部下育成 第13回 労使管理 第14回 人事部の機能とラインとの役割分担 ・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に勤務：主任研究員兼シニア・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）等の経験から得た様々な企業の多様な視座を講義に反映させる。 2009年4月～2019年3月 内閣府に勤務：人材の育成・活躍（多様な人材の活躍促進）施策に関わる調査・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、組織の雇用管理・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。 ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、

	□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、□ディベート、■その他（ペアワーク）、等 ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	・成績評価の方法・基準の明示 課題レポート（70%）、議論への発言・貢献（30%）による。 ・課題レポート：授業で取り上げた理論の理解度、現状分析にあたっての理論の活用度、レポートの構成力、独自の時点があるか、等を基準とする。 ・授業への貢献：授業内で実施するプレゼンテーション、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。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける。また、希望に応じて個別に実施する。
テキスト・ 参考文献等	・テキスト 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年 ・参考文献 守島基博『人材マネジメント入門』日経文庫、2004年 今野浩一郎・佐藤博樹『人事管理入門（第2版）』日本経済新聞出版社、2009年 今野浩一郎『正社員消滅試合の人事改革』日本経済新聞出版社、2012年 須田敏子『HRM マスターコースー人事スペシャリスト養成講座』慶應義塾大学出版会、2005、 ミンツバーグ, H. 『マネージャーの仕事』白桃書房、1993年
特記事項	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。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	コーポレートファイナンスと企業戦略
担 当 者	鈴木 智大
履 修 条 件	特にはないが、ファイナンスや会計が初めての人は「企業会計入門」を先にとったり、同時に履修するといいいでしょう。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：現在の企業を取り巻く環境のうち、財務面におけるリスクの把握とそれを正しく反映できる経営意思決定さらに投資家を始めとするステークホルダーへの対応策を身に付ける。 到達目標：企業の経営者として必要な、財務意思決定のための必要な知識および判断のための基準をマスターすることを目的とする。
概 要	ファイナンス理論体系のうちコーポレートファイナンス分野について講義する。すなわち、企業価値最大化のための実物投資戦略、資金調達戦略の方法を全体的に講義する。具体的には、時間の価値と利子との基本的関係を学んだ上で、最適投資決定の方法を講義する。つぎに、資金調達にかかるコストについて紹介し、そのミックスによる加重資本コストの測定法を学習する。その後、実際に企業価値の推定を行う。そして最適資本構成や利益還元政策について講義し、最後に経営者のインセンティブと株主との利害対立そしてその解決法についても講義する。
授 業 計 画	第1回 コーポレートファイナンスは 第2回 正味現在価値（NPV） 第3回 NPV の計算方法 第4回 普通株式の価値 第5回 討議①配当割引モデル 第6回 リスクとリターン 第7回 資本コスト 第8回 企業価値の推定 第9回 討議②企業価値推定のまとめ 第10回 資本構成の基礎理論①理想の世界 第11回 資本構成の基礎理論②現実に近づけたモデル 第12回 利益還元政策 第13回 討議③利益還元政策と企業価値 第14回 コーポレート・ガバナンス ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 該当なし ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	以下の割合で評価する。 ①期末レポート 30% ②課題レポート 30%

	③事前課題 20% ④講義における発言・発表 20% ほぼ毎回出題される事前課題（エクセル）については、予習を目的としており、解答の正否よりも取り組みを評価する。 討議に使用する3回の課題レポートは、1回10点満点で評価し、学習した知識・スキルを実際の企業に適用できているかを確認する。 期末レポートも学習した知識・スキルを実践できているかを中心に評価するが、+αで実際の企業に適用する際に生じる問題等をどのように対処しているのかも評価する。 講義における発言・発表はクラス全体の学びにつながったかをカウントし評価を行う。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：『コーポレートファイナンス第10版（上）』 ブリーリー、マイヤーズ、アレン、日経 BP. 参考文献：適宜紹介する。
特記事項	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 講義ごとに課題（予習）を提示する。 準備学習について 提示された課題については、講義1日前（金曜日）までに指定のメールアドレスに提出すること。なお討議の回は自身のレポートを受講者分、印刷してくること。

科 目 名	コーポレートファイナンスと企業戦略
担 当 者	山内 浩嗣
履 修 条 件	会計の知識がまったくない受講生は、「企業会計入門」を履修済・履修中であることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	目的：企業を取り巻く環境のうち、財務面におけるリスクの把握とそれを正しく反映できる経営意思決定の方法、投資家を始めとするステークホルダーへの対応策などを身に付けること。 目標：企業における財務的意思決定において必要となる知識、評価方法、意思決定の判断基準などを理解し、活用できるようになること。
概 要	ファイナンス理論体系のうち、コーポレートファイナンス分野について講義する。すなわち、企業価値最大化のための投資戦略、資金調達戦略、ペイアウト政策などについて全体的に講義する。具体的には、まず財務諸表分析の基礎、お金の時間価値と利子率の基本的関係、正味現在価値、投資価値の評価方法と投資意思決定の方法について学ぶ。次に、資金調達コスト、最適資本構成、企業価値評価法について講義する。最後に、ペイアウト政策とコーポレート・ガバナンスについても学ぶ。 本講義では、宿題、グループワーク、期末レポートなどを通じて、講義で学んだことを実践していく。
授 業 計 画	第1回 インTRODクシヨN(講義の概要、コーポレートファイナンスとは) 第2回 財務諸表分析の基礎(1)：財務三表の構成、利益とCF 第3回 財務諸表分析の基礎(2)：財務三表の関連性、財務諸表分析の基礎 第4回 お金の時間価値、正味現在価値(NPV)、利子率の取扱い 第5回 グループ発表、投資価値評価の方法と投資意思決定法の基礎 第6回 債券・株式の価値評価 第7回 リスクとリターン、資本コスト推定の基礎 第8回 最適資本構成(1)：理想的な資本市場(MM 命題) 第9回 最適資本構成(2)：現実的な資本市場(負債から生じる便益と費用など) 第10回 企業価値の評価法 第11回 資金調達の方法 第12回 ペイアウト政策 第13回 コーポレート・ガバナンス 第14回 グループ発表 1999年4月～現在 (株)三菱UFJ トラスト投資工学研究所(略称 MTEC)に勤務。 株式価値評価モデルの開発経験あり。 ・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 ☒遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他 ()、☐実施していない

成績評価の 基準と方法	授業への貢献点 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の提出を基準とする。 グループ発表・宿題・小テスト 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。 宿題に対するフィードバック : 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。
テキスト・ 参考文献等	テキスト : 毎回レジュメを配布する。購入すべき図書は初回講義時に指示する。 バーク、ディマーズ・著、『コーポレートファイナンス 入門編(第2版)』(ISBN : 978-4621066102)、『コーポレートファイナンス 応用編(第2版)』(ISBN : 978-4621066119)、丸善出版、2014 年 田中慎一、保田隆明・著、『コーポレートファイナンス 戦略と実践』、ダイヤモンド社、2019 年、ISBN : 978-4478105412
特 記 事 項	・ 講義内容は、受講者のニーズや授業の進み方に応じて適宜変更する場合がある。 ・ 文系出身者でも理解できる授業を心掛けるので、数字や数式を見ても臆することなく、意欲的に取り組んで欲しい(論理の流れを理解することが大事)。 ・ 毎回の講義内容を積み上げながら学んでいくので、できるだけ休まないこと。講義を休んだ場合は必ず VOD で自習すること。 ・ 分析には Excel を用いる(アドインの「分析ツール」と「ソルバー」を使うので、あらかじめインストールしておくこと)。 教材配布の方法について ・ 授業開始前～履修申請期間は C plus の「講義照会」で配布する。 ・ 履修確定後は「教材配布」に授業の 3 日前までにアップロードする。 課題・宿題の課題テーマの提示について ・ 授業ごとの課題・宿題については、締切 1 週間前までに課題テーマを提示する。 準備学習について【重要】 ・ 毎回授業前は C plus に掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること。 ・ 講義で出た課題については必ず取り組むこと。 ・ その他の予習・復習等にかかわる準備学習は、講義での指示のとおり行うこと。

科 目 名	経営法務概論
担 当 者	杉浦 宣彦, 阿部 道明
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：企業経営を行うにあたり知っておくべき法律の仕組みと法の使い方の基本を理解する。 到達目標：企業経営者に必要な法的リスクに対する感覚を身につけ、経営上発生する法律問題の対策の基本を会得する。
概 要	コンプライアンス・内部統制が重視されている現在の企業経営のなかで、法務の役割はかつての経営のサポート役ではなく、経営そのものと密着したものになっている。本講では、企業法務・経営法務の意義・その果たす機能、組織内での位置づけといった総論からスタートし、各論として、企業取引に係る法、コンプライアンス、ファイナンス、M&A、知的財産権など最近の企業法務で重要な法的課題について取り上げ、解説する。
授 業 計 画	阿部・杉浦で交互に講義を展開し、必要に応じ、企業法務の第一線にいる有識者・実務家をゲスト・スピーカーとして招聘し、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。 第1回 企業経営法務総論（1）：経営法務の役割 第2回 企業経営法務総論（2）：経営法務の機能、組織 第3回 企業取引と法制度（1）：企業取引にかかわる法 第4回 企業取引と法制度（2）：代金回収等の手法と法制度 第5回 企業コンプライアンスを考える（1）：コンプライアンス理論の基本 第6回 企業コンプライアンスを考える（2）：企業コンプライアンスの実際 第7回 企業組織再編と法（1）：組織再編の背景と手法 第8回 企業組織再編と法（2）：組織再編手法（続き） 第9回 企業戦略とファイナンス法務（1）：企業ファイナンス手法と法 第10回 企業戦略とファイナンス法務（2）：実践例を中心に 第11回 知財戦略と法（1）：知財法制の基本 第12回 知財戦略と法（2）：知財戦略の実践例 第13回 経営と法務・弁護士の関係・役割を考える（1）：企業経営と法につながり 第14回 経営と法務・弁護士の関係・役割を考える（2）：企業内法務部の役割 ・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・杉浦ともに前職は上場企業法務部、政府機関等であり、講義でも実務にそった内容を講義する。 ・アクティブ・ラーニング要素 ☒ディスカッション、☒グループワーク、☐プレゼンテーション、☐実習、☐フィールドワーク、☐PBL（課題解決型学習）、☐反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、☐ディベート、☐その他（ ）、☐実施していない ・（ICTを活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。
成績評価の 基準と方法	クラスでの議論等への参加度（40%）と課題ペーパー（60%）。

	積極的な講義参加（発言や質問）も評価基準とするが、最終レポートで理解度がはっきりするので、レポート内容は相当重視する。 ・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、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：毎回レジュメを配付予定。 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2版）（堀龍児、淵邊善彦 著・日経文庫・2017年）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。
特記事項	教材配布の方法について ・原則、C plus の「教材配布」で講義3日前までにアップする形で配布する予定だが、講義の内容やゲスト講師の都合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。 ・準備学習について 初回のイントロ部分を除き、毎回講義前に C plus に掲載されるレジュメに必ず目を通して、出席すること。テーマによっては授業後に課題を出す場合がある。評価の一部になるので、必ず取り組むこと。

科 目 名	ビジネスモデル戦略論
担 当 者	生稲 史彦
履 修 条 件	「経営戦略論基礎」を履修済みであること。
科目の目的 ・到達目標	(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。 (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。
概 要	ビジネスモデルを、実際の企業の事例と結びつけながら理解し、妥当性を分析し、改善点や新しい可能性を見出すことが、本講義の目的である。 この目的に達するための着手点として、本講義ではビジネスモデル・キャンバスを用いる。ビジネスモデル・キャンバスの利点の一つは、ビジネスに関わる要素、要因を網羅的に列举できる点にある。ビジネスモデル・キャンバスを使って、自社と他社の事業を整理することを通じ、ビジネスモデルを実践的な文脈の中で理解できると考えている。 ただし、ビジネスモデルは要素、要因の列举に留まる静態的なものではない。より重要なのは、ビジネスモデルを構成する要素、要因がどのような関係性にあるのかを理解し、要素要因間の連動を把握することである。そこで、講義の中盤以降では、ビジネスモデルに含まれる要素要因間の連動を考え、動き、変化するものとしてビジネスモデルを把握することを主眼とする。 ビジネスモデルの理解と、実際のビジネスモデルの動きの把握を踏まえ、講義の最終盤では、自社のビジネスモデルを発展させ、あるいは新たに構想することを目指す。そのために、実際の優れたビジネスモデルと、そこで働くメカニズムを紹介する予定である。 講義の進め方として、第 1 週目に自社の事業をビジネスモデル・キャンバスを使って表現する。第 2 週目から第 5 週目に、最初に行った自社事業の分析を、各回のテーマに沿って見直す。第 6 週のケース・ディスカッションを経て、最終週に自社事業の分析全体を見直し、最終的なビジネスモデルの分析と、その改善提案を取りまとめる。 課題レポートは、7 週間を掛けて作成した自社事業のビジネスモデル分析を文章化し、改善提案を加えて作成する。
授 業 計 画	第 1 回 ガイダンス、ビジネスモデルとはなにか 第 2 回 ビジネスモデル・キャンバスの概要: 基本構造と活用方法の説明 第 3 回 顧客に提供する価値の決定 (バリュー・プロポジション) 第 4 回 <グループワーク> セグメンテーション、4 つの P、STP 第 5 回 製品サービスを提供する仕組み作り (バリュー・チェーン) 第 6 回 <グループワーク> 自社独自の活動、経営資源 第 7 回 他社との協業、パートナーシップ 第 8 回 <グループワーク> 他社との協業、エコシステム、オープン・イノベーション

	第9回 収益モデル 第10回 <グループワーク> 原価企画、収益化、プライシング 第11回 ビジネスモデルの多様性 第12回 <グループワーク> 新しいビジネスモデルの分析 第13回 ビジネスモデルの変化 第14回 <プレゼンテーション> 自社の新しいビジネスモデル ※講義内容は、受講人数、講義の進捗に応じて変わる可能性があります。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	レポート、およびディスカッションでの発言頻度、内容による。 ・レポート: 70% 評価基準: 経営戦略についての考察の度合い、また独自の視点があるかを基準とする。 ・クラスへの貢献点: 30% 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を評価基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☑授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・ 参考文献等	テキスト(なし) 参考文献 沼上幹(2009)『経営戦略の思考法』日本経済新聞出版社 アレックス・オスターワルダー他(2012)『ビジネスモデル・ジェネレーション ビジネスモデル設計書』翔泳社 その他の参考文献は、随時、講義中に提示する。
特 記 事 項	<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> ・課題を講義中に発表してもらうことがあるので、必ず C plus を通して提出すること。 ・講義でケース分析を行う際には1週間前にはケースを配布するので、必ず事前に読んでくること。 <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。 講義中提示する課題に必ず取り組むこと。

科 目 名	ビジネスモデル戦略論
担 当 者	犬飼 知徳
履 修 条 件	「経営戦略論基礎」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	目的：ビジネスモデルとは何かを理解し、ビジネスモデルの構築、運用、展開、進化についての実践力を涵養する。 目標：企業が今日実際に採用しているビジネスモデルの適否を判断し、また自己の属する企業にとっていかなるビジネスモデルが必要か、その構築のためにはどのような実践が必要かを判断する能力を養う。
概 要	『ビジネスモデル』という概念は技術経営に関連する領域において発展してきたが、この講義では近年の議論を踏まえ、より幅広い文脈におけるビジネスモデルについての理解を深めていく。
授 業 計 画	第1回 序説：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 第3回 バリュー・プロポジション 第4回 ターゲットセグメント 第5回 バリュー・チェーン 第6回 鍵となる資源 第7回 パートナーネットワーク 第8回 ビジネスエコシステムとオープンイノベーション 第9回 利益方程式 第10回 マネタイズの諸パターン 第11回 ビジネスモデルの進化 第12回 ビジネスモデルの新しい展望 第13回 課題発表 第14回 まとめ ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	授業への貢献（発言、グループ討議および全体討議への参加度、等々）、30%；期末レポート70% ・＜評価基準＞ 課題レポート：講義で学んだフレームワークを正しく使用し、対象組織のビジネスモデルが分析できているか。分析に深みはあるか。分析が何らかのアクションの提言に繋がっているか。

	用語は正しく用いられているか。 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 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	テキスト： アレックス・オスターワルダー、イヴ・ピニユール「ビジネスモデル・ジェネレーション」（翔泳社、2012） 沼上幹「経営戦略の思考法」（日本経済新聞出版社、2009） その他の参考文献は随時講義において提示する。
特記事項	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。 ・講義中に紙でも配布を行う。 課題・宿題の課題テーマの提示について ・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。 準備学習について ・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。 ・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	戦略と組織
担 当 者	露木 恵美子
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	<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。 <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。 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。
概 要	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。
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 事例の発表 第14回 事例の講評 ・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

	■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	<評価基準> 最終レポート 60% (1) ファイブスターモデルに従って分析できているか (5つの項目の関連性を含む) (2) 文章が首尾一貫性しているか、論理性があるか。 (3) 現状分析に説得力があるか (4) 新しい組織提案に合理性や説得力があるか 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 20% (1) グループワークに資する資料になっているか (2) 要点を押さえた要約になっているか (3) 個人の意見が十分に反映されているか ・課題（レポート等）に対するフィードバックの方法 ☒授業時間内で講評・解説の時間を設ける ☒授業時間に限らず、メールや C plus でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：『組織デザイン』 沼上幹（2004年）日経文庫 『組織は戦略に従う』アルフレッド D. チャンドラーJr. 有賀裕子訳（2004年）ダイヤモンド社 『タテ社会の人間関係』、『タテ社会の力学』（いずれも中根千枝著） 『組織設計のマネジメント』ジェイ・R・ガルブレイス 梅津祐良訳（2002年）生産性出版 その他、開講時に提示する。 参考文献：『経営組織』金井壽宏（1999年）日経文庫 『組織の経営学』リチャード・L・ダフト（高木晴夫訳）（2002年）ダイヤモンド社
特記事項	(1) 教材配布の方法について ・授業時に配布するか「教材配布」で授業の前日までに配布する。 (2) 課題のテーマ提示について ・授業ごとの課題については、締め切り1週間前までにはテーマを提示する。 (3) 予習、復習、グループ学習等にかかわる準備学習 ・参考文献に事前に目を通しておくことが望ましい。 ・授業の初回に提示したシラバスにて具体的に指示する。 ・授業毎に翌週のテーマとそれに沿った課題を提示するので、期日までに提出すること。 ・グループ学習を指示された場合は授業の前にグループ学習を行い、そこでの成果物は発表後に提出すること。

科 目 名	戦略と組織
担 当 者	犬飼 知徳
履 修 条 件	「経営戦略論基礎」を履修済み、もしくは履修中であることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：企業にとって、戦略と組織をどう設計し運営するのかが非常に重要な問題である。それは、言い換えれば、企業理念－戦略－組織－経営資源をいかに整合させるかという問題でもある。このような問題意識の下で、組織論の基礎を習得し、それを個別の事例研究にあてはめ応用できるようになることを目的とする。 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。
概 要	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。
授 業 計 画	第1回 イン트로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 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 第3回 組織設計の基本（1）：分業の種類と設計 第4回 エクササイズ：分業を実際に設計するには 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 第6回 エクササイズ：標準化の実際 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 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 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 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 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 第12回 エクササイズ：「両利きの経営」の実践 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 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 ・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 ■遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。

	*授業計画は担当教員によって異なるため、詳細シラバスを初回講義で配布する。
成績評価の 基準と方法	グループワークおよびディスカッションでの貢献度 50% (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 グループワークにおけるプレゼンテーション 30% 個人課題 20% (1) グループワークに資する資料になっているか (2) 要点を押さえた要約になっているか (3) 個人の意見が十分に反映されているか ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：『組織デザイン』 沼上幹（2004年）日経文庫 その他、使用文献やケースは、講義初回で指示する。
特記事項	(1) 教材配布の方法について ・授業時に配布するか「教材配布」で授業の5日前までに配布する。 (2) 課題のテーマ提示について ・授業ごとの課題については、締め切り1週間前までにはテーマを提示する。 (3) 予習、復習、グループ学習等にかかわる準備学習 ・参考文献に事前に目を通しておくことが望ましい。 ・授業の初回に提示したシラバスにて具体的に指示する。 ・授業毎に翌週のテーマとそれに沿った課題を提示するので、期日までに提出すること。 ・グループ学習を指示された場合は授業の前にグループ学習を行い、そこでの成果物は発表後に提出すること。

科 目 名	知識創造戦略論
担 当 者	遠山 亮子
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：知識を創造し活用する組織プロセスについて理解する。 到達目標：知識創造理論について理解し、それを自らの実践に結び付けて考えられるようになること。
概 要	知識は現在「もっとも重要な経営資源」と考えられている。本講義では企業経営を知識という視点からとらえ、知識とは何か、その獲得、創造、蓄積、活用にはどのような組織と戦略とリーダーシップが必要かを論じ、新たな経営学の基礎理論と方法論を学ぶ。講義においては知識創造経営を行っている企業のケースを使用し、理論を理解したうえで、理論とフレームワークを応用して自ら知識創造を実践できる力を身につけることを目的とする。
授 業 計 画	第1回 序説：知識とは何か 第2回 暗黙知と形式知 第3回 知識創造のプロセス 第4回 SECI モデル 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 ※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。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない
成績評価の 基準と方法	授業への貢献（発言、グループ討議および全体討議への参加度、等々）30%；期末レポート70%

	<評価基準> 課題レポート：講義で学んだフレームワークを正しく使用し、対象組織の知識創造プロセスが分析できているか。分析に深みはあるか。分析が何らかのアクションの提言に繋がっているか。用語は正しく用いられているか。 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。 ・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
テキスト・参考文献等	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） 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）
特記事項	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」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。 ・講義スライドは講義の際に紙でも配布する。 課題について ・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。 予習・復習等の準備学習について ・毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	ICT ガバナンスと企業戦略
担 当 者	山本 秀男
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：企業の中核人材が、情報通信技術（I C T）を活用し、戦略的に企業価値の向上やリスクマネジメントを実行するための基本を身につける。 到達目標：I C Tガバナンス（情報通信技術を活用し付加価値を生み出す組織能力）を理解し、課題解決のための活用方法について事例を交えて論じることができ、フィンテック、インダストリー4. 0、人工知能などの活用法に対しても議論できるようになること。
概 要	グローバルな競争環境下でビジネスを進めるためには、組織改革とI C Tの活用が不可欠である。本科目では、クラウドコンピューティング、ビッグデータ、I o T、A Iなどの技術が経営へ与える影響を正しく理解し、I C Tシステムを導入した組織の能力を最大限に発揮させるための課題の抽出と解決法を学ぶ。I C T投資の価値評価、プログラムマネジメント（企業価値向上を実現する非定常活動のマネジメント）、情報セキュリティ管理と経営戦略の関係の理解を深める。
授 業 計 画	第1回 講義の概要説明、I C Tガバナンスの考え方 第2回 インターネットの仕組み・データ構造 第3回 コンピュータの仕組、クラウドコンピューティング、人工知能 第4回 情報通信技術がビジネスに与える影響 第5回 S C Mの事例とインダストリー4. 0 第6回 B 2 Cビジネスモデルの特徴・ロングテール効果とは？ 第7回 C R Mの発展、行動ターゲティング広告、I o Tの効用とリスク 第8回 情報セキュリティとB C M S 第9回 情報通信システム投資の評価方法 第10回 I C Tを活用した企業価値創造、エンタープライズ・アーキテクチャ 第11回 金融情報システムのリスクマネジメント 第12回 フィンテックの動向と戦略的活用を考える 第13回 バランススト・スコア・カード、価値創造プログラムのマネジメント 第14回 C I O(Chief Information Officer)の役割、総括 ・教員の実務経験の本授業への反映 1977年4月～2004年3月、日本電信電話公社およびNTTグループ企業において、研究開発、国際標準化活動、新規ビジネス立上げ、ICTシステム構築などを担当した。研究開発および現場運用の実務経験を活かし、本授業のテーマに対して企業経営の立場から講義を行う。 ・アクティブ・ラーニング要素 ■プレゼンテーション、■ディスカッション、□グループワーク ・(ICTを活用した)双方向授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□その他（ ）

成績評価の基準と方法	・成績評価の基準 課題レポートの割合：70%（用語の定義や理解が適切か、論理的な記述になっているか、独自の視点があるかを評価基準とする） 授業貢献の割合：30%（プレゼンテーションの内容と態度、質問に対する応答、意見表明、他の受講生と協調して学ぶ態度、ミニットペーパー等の提出などを評価基準とする） ・課題レポートに対するフィードバックの方法 授業時間内に学生によるプレゼンテーションと解説の時間を設定する。
テキスト・参考文献等	テキスト：なし。毎回の授業でレジュメを配付する。 参考文献：Peter Weill and Jeanne W. Ross：『IT Governance』（Harvard Business School Press、2000） Ellen F. Monk and Bret J. Wagner：『Concepts in Enterprise Resource Planning』（Course Technology Ptr (Sd), 2005） 宮川公男編『経営情報システム（第3版）』（中央経済社、2004年） 宮川公男・上田泰編著『経営情報システム（第4版）』（中央経済社、2014年） 国領二郎監修 NTT データ経営研究所執筆『IT ケイパビリティ』（日経 BP 社、2004年） エリック・ブリニョルフソン著『インタンジブルアセット』（ダイヤモンド社、2004年） ニコラス・G・カー『IT 投資にお金を使うのは、もうおやめなさい』（ランダムハウス講談社、2005年） 松島桂樹編著『IT 投資マネジメントの発展』（白桃書房、2007年） IBM ビジネスコンサルティングサービス IT 戦略グループ『エンタープライズ・アーキテクチャ』（日経 BP 社、2003年） 山下徹編著『高度 IT 人材育成への提言』（日本放送出版協会、2007年） 根来龍之編著『CIO のための情報・経営戦略 -IT と経営の融合-』（中央経済社、2010） S. Ohara and T. Asada: Edition “Japanese Project Management KPM-Innovation, Development and Improvement”, World Scientific Publishing, 2009 トーマス・H・ダベンポート『分析力を駆使する企業－発展の五段階－』（日経 BP 社（2011） A Guide to the Project Management Body of Knowledge Sixth Edition (PMBOK® Guide) (2017) 吉田邦夫・山本秀男編著『イノベーションを確実に遂行する 実践プログラムマネジメント』日刊工業新聞社（2014） T.ダベンポート『データ・アナリティクス 3.0 ビッグデータ超先進企業の挑戦』日経 BP 社(2014) トーマス・H・ダベンポート『AI 時代の勝者と敗者』日経 BP 社（2016） 新井紀子・東中竜一郎『工知能プロジェクト「ロボットは東大に入れるか」：第三次 AI ブームの到達点と限界』東京大学出版会（2018） 企業 IT 動向調査 2015（日本情報システムユーザ協会） 企業 IT 動向調査 2016（日本情報システムユーザ協会） 企業 IT 動向調査 2017（日本情報システムユーザ協会） 企業 IT 動向調査 2018（日本情報システムユーザ協会）

	企業 IT 動向調査 2019（日本情報システムユーザ協会） 平成 29 年度『情報通信白書』総務省編(2017) 平成 30 年度『情報通信白書』総務省編(2018) 令和元年度『情報通信白書』総務省編(2019) 令和 2 年度『情報通信白書』総務省編(2020)
特 記 事 項	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。 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【重要】 ・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	ビジネスエコノミクス
担 当 者	丹沢 安治
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：企業の戦略的決定を理解し、自らの戦略を策定するために、組織経済学の分野における基礎概念、基礎理論を身に着ける。 到達目標：理論的枠組みを、アウトソーシングの利用、ビジネスモデルの設計、多角化の提案など、理論的なロジックに基づく企業戦略を策定できる水準を目指す。
概 要	本講義は、「新興国ビジネス戦略論」、「ビジネスエコシステム」の基礎科目として位置付けている。「戦略に対する経済学的理解」、「市場を創る」ための非市場戦略、取引費用の経済学、プラットフォーム・ビジネス、ビジネスエコシステムなど戦略経営における理論的枠組み、基礎概念を現実の企業の事例にあてはめながら説明する。事例を用いたディスカッションでは、経済学的な推論は多用するが、数理的なモデルは用いない。また、必要な場合には遠隔授業に対応する。
授 業 計 画	第1回 組織への経済学的アプローチ：「三方よし」と余剰の拡大 第2回 市場と組織：分業による生産性の上昇と市場の発生 第3回 グループワーク①：企業はいつアウトソースを決断するか 第4回 グループワーク①へのフィードバック、市場と企業組織を読み解く枠組み：取引費用の経済学 第5回 契約をめぐる諸問題：逆選択、モラルハザード、ホールドアップ 第6回 グループワーク②：ビジネスモデルによる競争 第7回 グループワーク②へのフィードバック、取引費用の経済学：IoT/インダストリー4.0の時代と産業境界の再定義 第8回 ゲストスピーカー：ビッグデータとデータ流通市場の発生 第9回 戦略経営への経済学の貢献：SCP パラダイムの非市場戦略への展開 第10回 非市場戦略：「企業はビジネスの環境を創る」 第11回 ビジネスエコシステムの形成とプラットフォームビジネス 第12回 ゲストスピーカー：プラットフォームビジネスの展開 第13回 戦略経営への経済学の貢献：企業の持つリソースと多角化 第14回 まとめと展望：情報化社会、IoT,インダストリー4.0と非市場戦略 ＊2回のグループワークでは、受講生が与えられたテーマについて調査し、相互の議論を通じて意見をまとめ、報告する。報告後は教員からのフィードバックを行い、教室全体で討論を行う。授業終了後に、個人レポートを提出する。 ・アクティブ・ラーニング要素 ☒ディスカッション☒グループワーク☒プレゼンテーション、☐実習、☐フィールドワーク、☐PBL（課題解決型学習）、☐反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、☐ディベート、☐その他（ ）、☐実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない

成績評価の基準と方法	プレゼンテーションについてテーマに対する理解度、グループ内の議論の度合い、プレゼンテーションの表現力を評価する(20%)。 授業中の質問の回答と疑問点の提起など積極性、ディスカッションへの参加・貢献度を評価する(40%)。 指定したテーマについての個人レポートにおいて、構成、説得力、提案の実現可能性を評価する(40%)。 ・課題(中間試験やレポート等)に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：なし 参考文献： Adner/Kapoor (2010) “Value Creation in Innovation Ecosystems” Strategic Management Journal, Vol 31 Besanko, D./Dranove, D./Shanley, M./Schaefer, S. (2013), Economics of Strategy, 6th edition CHRISTENSEN, C.M./CARLILE, P.R. (2009) Course Research: Using the Case Method to Build and Teach Management Theory, Academy of Management Learning & Education, 2009, Vol. 8, No. 2, 240–251. ダウマ/シュルルーダー (2007) 『組織の経済学入門』、丹沢他訳、文真堂、2007年4月 ベサンコ、D.他、(2002) 『戦略の経済学』ダイヤモンド社 ピコー、A.他 (2007) 『組織の経済学』白桃書房 ネイルバフ B.J./ブランデンバーガー A.M. (1997) 『コーペティション経営』、嶋津祐一/東田啓作訳、1997年2月、日本経済新聞社
特記事項	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。アップロードした教材は予習してくる。 ・質問があれば指定したオフィスアワーに研究室に来室のこと。なお離席している場合もあるので、あらかじめメールにて連絡してください。 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、テーマを提示することとする。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

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

成績評価の 基準と方法	・レポート：50%（10%×5=50%） 評価基準：理論枠組みの活用の適切さ、議論の論理展開の適切さ ・プレゼンテーション：20% 評価基準：理論枠組みの活用の適切さ、説得性 ・授業への参加・貢献度：30% 評価基準：発言の回数や内容の適切さ、他の学生と協調して学ぶ態度 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☒ 授業時間に限らず、個別にフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：青木幸弘・新倉貴士・佐々木壮太郎・松下光司（2012）『消費者行動論 マーケティングとブランド構築への応用』、有斐閣 参考文献：講義内で紹介をする。
特 記 事 項	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。 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。 ディスカッション課題の提出について ・ディスカッション課題は、授業日前日までにポータルに提出すること。 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。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	ブランド戦略論
担 当 者	田中 洋
履 修 条 件	「マーケティング戦略論」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	目的：ブランド戦略の基本を習得し、ブランドをマネジメントできる人材を養成する。 目標：ブランド担当者としてブランドを管理するための基礎力を養成する。
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、実務のうえでもさらにその重要性は増大している。ブランド理論を理解し、実践方法を学び、実務に応用できることを目指す。ブランド戦略の各論を学ぶと同時に、ブランド戦略をグループワークで研究して発表する。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。
授 業 計 画	第1回 ブランドとは何か：ブランド論の背景 第2回 ブランドの定義と意味 第3回 ブランドの基礎理論 第4回 ブランドの歴史 第5回 統合ブランド戦略の全体像とその基礎 第6回 統合ブランド戦略1：経営レベル 第7回 統合ブランド戦略2：マーケティングレベル 第8回 統合ブランド戦略3：コミュニケーションレベル 第9回 統合ブランド戦略4：実行と測定 第10回 企業ブランド戦略 第11回 ブランド拡張戦略 第12回 グローバルブランド戦略 第13回 グループワークプレゼンテーション 第14回 講義のふりかえり ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （1975年4月～1996年3月、株式会社電通勤務、1996年4月～現在 種々の企業の戦略アドバイザー、講演、社外役員など） ・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、☐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
成績評価の 基準と方法	講義への貢献点（30%）（講義での受講態度、質問と答えの量と質、グループワークへの貢献度など）と最終プロジェクト（グループワーク）の成果（70%）（分析の出来、ブランド価値創造への考察、ブランド価値向上戦略）によって評価する。 グループワークのアウトプット評価については、グループワークへの貢献度を加味する。ほかに、予習レポートの提出でボーナス点を加味する。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☒授業時間内で講評・解説の時間を設ける ☐授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う

テキスト・参考文献等	テキスト：『ブランド戦略論』（田中洋、有斐閣、2017 年） 参考書：『マーケティングキーワードベスト 50』（ユーキャン、2014） 『ブランド戦略全書』（田中洋編著、有斐閣、2014 年）、 『企業を高めるブランド戦略』（田中洋、講談社現代新書、2003 年）
特 記 事 項	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。 ・ただし、紙で講義中に資料を配布することもあります。 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こととする。 ■事前学習について：配布する資料の中に毎回扱うテーマ、キーワードが示されています。これらについて、予習を励行してください。予習したレポートをアップした場合は、ボーナス点を進呈する場合があります。詳しくは講義一日目に説明します。

科 目 名	流通・営業戦略
担 当 者	中村 博
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：デジタルシフト社会における「買い物革命」を理解し、ショッパーに対応した販売戦略を提案し、流通の生産性を向上させることを目的とする。 到達目標：アマゾンやアリババ等のネット通販企業の成長は既存流通に大きなインパクトを与えている。この授業はネット通販のイノベーションや小売業態の成長性について学ぶ。また、ネット通販の成長に既存の小売業はどのように対応すべきか？既存小売業のマーケティング戦略について学ぶ。さらに、小売業や卸売業と取引するやメーカーのチャネル戦略や営業戦略について検討する。最終的に、特定商品を取り上げ、小売業にネット通販に対応できる販売戦略を提案することを目標とする。優れた提案がなされて場合、店頭実験の可能性もある。
概 要	●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、 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？ ●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買してもらうにはどうするか？などについて学ぶ。
授 業 計 画	第1回：問題提起（何を検討するのか？）小売業の低生産性 第2回：小売業のデジタルイゼーション戦略①（米国 Amazon vs Walmart） 第3回：小売業のデジタルイゼーション戦略②（中国 Alibaba vs 京東.com） 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 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） 第6回：POS データ解析による提案資料作成法 第7回：ショッパーマーケティング戦略：カスタマー・ジャーニーの理解 第7回：ショッパーの購買行動（衝動購買、バイアスによる購買など） 第9回：売場開発①（商圈分析、レイアウト分析） 第10回：売場開発②（品揃え、スペースマネジメント戦略） 第11回：インスタ・プロモーション開発（Big Data(ID-POS データ)活用） 第12回：小売業の PB（プライベート・ブランド）の成長戦略 第13回：小売業の PB に対するメーカーの対応戦略 第14回：最終課題報告&ディスカッション

	<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、流通のコンサルティング業務に携わった。コンサルティングの実務経験を活かして、流通戦略の講義を行う。メーカーおよび小売業とアジアショップパーインサイト研究会を主宰しており、実証実験の内容は授業で紹介される。 <アクティブ・ラーニング要素> ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、■実習、■フィールドワーク、■PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、□ディベート、■その他（実務家との意見交換）、□実施していない <（ICTを活用した）双方型授業の実施> ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない
成績評価の基準と方法	●3回程度の課題レポート（10%×3回＝30%） <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 ●最終課題のレポート（60%） <評価基準> 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？ ●授業への貢献度（10%） 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 ●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 1）授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	テキスト：矢作敏行，現代流通，理論とケースで学ぶ，有斐閣アルマ 参考文献：随時紹介する
特記事項	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。 ・教材は遅くとも授業2日前までにアップロードする。 課題テーマの提示について ・3回の課題レポートは、課題を6日前に提示し、授業日前日までにポータルに提出する。 ・最終課題テーマは5週間前に提示し、グループワークをしながら作成し、グループで報告する。その後、報告資料にもとづいて個人でレポートを作成し提出する。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	流通・営業戦略
担 当 者	祝 辰也
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：ECの台頭、小売業態間の競争の激化、消費者の変化における小売業の戦略とメーカーの流通戦略のための環境要因の理解、ショッパーの行動特性に基づく店頭戦略の原理原則の理解から、これからの流通・営業戦略を考えるフレームを習得する。 到達目標：小売業の戦略を規定する要因を理解し、今後の環境変化に対する既存の小売業がとるべき戦略、メーカーの営業戦略について検討する。最終的に特定カテゴリーについて、店舗小売業がECに対抗できる販売戦略を立案する。
概 要	講義では、2コマ連続の授業時間を活かし、小売業の戦略、製配販協業による効果的な流通戦略を考えるための概念、分析フレーム、知識、現在の状況についての提示・解説を行い、個人での考察とグループディスカッション、グループ発表を通じてそれらの定着を図るとともに、本領域に関する「考える力」を養成する。
授 業 計 画	第1回・第2回 各小売業態の成立とその背景 ・各小売業態の登場と衰退の歴史 ・小売業態・ビジネスモデルを規定する要素（グループワーク・プレゼンテーション） 第3回・第4回 ECの成長と既存小売企業の対応 ・ECの成長と既存小売企業の対応 ・ECの今後と既存小売業の対抗戦略（グループワーク・プレゼンテーション） 第5回・第6回 これからの小売戦略とそれを規定する環境要因 ・これからの小売戦略とそれを規定する環境諸要因の変化 ・特定業態の重要な環境要因と戦略の検討（グループワーク・プレゼンテーション） 第7回・第8回 メーカーの対小売り戦略 ・メーカーの流通戦略の階層 ・カテゴリーマネジメントの本質 ・効果的・効率的な提案営業のための知識・データ・道具立て・体制（グループワーク・プレゼンテーション） 第9回・第10回 消費者の買物行動の理解 ・業態・店舗選択と商圈 ・ショッパーの認知・行動の特性からみた効果的売場・販促 第11回・第12回 販売戦略立案のためのデータの活用 ・カテゴリー戦略・単品販売戦略へのPOS・ID-POSデータ活用 ・ID-POSデータの活用と留意点 第13回・第14回 最終課題 ・最終課題プレゼンテーション（個人） ・講評・まとめ ＜教員の実務経験の本授業への反映＞ 公益財団法人流通経済研究所、株式会社インテージその他における、小売・卸・メーカーを対象としたコンサルティング、調査、教育・研修を通じた経験・実績を活かして、本講座の講義

	およびディスカッションのリードを行う。 <アクティブ・ラーニング要素> ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、□ディベート、□その他（実務家との意見交換）、□実施していない <（ICT を活用した）双方型授業の実施> ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の基準と方法	●グループプレゼンテーション（40%） 4回のグループワーク・プレゼンテーション（10%×4回＝40%） 評価基準：講義内容の理解度・必要な要素の考慮、論理性 ●最終課題のレポート（40%） 評価基準：データ分析の適切さ、データからの論理展開の適切さ、関連情報・知見の活用度合い ●授業への貢献度（20%） 評価基準：授業中の質問・発言回数・内容 ●課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	テキスト：矢作敏行，現代流通，理論とケースで学ぶ，有斐閣アルマ 参考文献：随時紹介する
特記事項	その他特記事項 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。 ・教材は遅くとも授業2日前までにアップロードする。 課題テーマの提示について ・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10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。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	雇用管理
担 当 者	高村 静
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目的> 円滑な事業活動遂行のために必要な質の労働サービスを、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。 <到達目標> 雇用管理の理論を理解したうえで、それを活用し、自社の雇用管理の課題の把握や改善策の立案に取り組めるようになること。
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、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	第1回 イン트로ダクション 第2回 雇用管理の基本的機能 第3回 配置/異動 第4回 能力開発とキャリア形成 第5回 日本の雇用システムの特徴 第6回 海外の雇用システムの特徴 第7回 管理職の役割 第8回 リーダーシップと組織文化 第9回 雇用ポートフォリオ/人材ポートフォリオ 第10回 多様な人材の活用と待遇 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担 ・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（企業の人材活用をテーマとする投資信託の銘柄選択に関する企業調査）の経験から得た様々な企業の多様な視座を講義に反映させる。 （2009年4月～2019年3月 内閣府）人材の育成・活躍（多様な人材の活躍促進）に関わる調査・政策立案および関係各者間の意見調整に従事した経験を、組織の人材活用・人材育成に関する今日的課題の解釈や今後の方向性に関する議論に反映させる。 ・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（ベアワーク）、□実施していない ・（ICTを活用した）双方型授業の実施

	■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	・成績評価の方法・基準の明示 課題レポート（70%）、議論への発言・貢献（30%）による。 ＊課題レポートについて 授業で取り上げた理論の理解度、現状分析にあたっての理論の活用度、レポートの構成力、独自の時点があるか、等を基準とする。 ＊授業への貢献 授業内で実施するプレゼンテーション、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。 ・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。希望に応じて個別に実施する。 □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	（参考文献）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 大久保幸夫・石原直子『女性が活躍する会社』日経文庫、2014 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
特記事項	・授業開始前から履修申請期間は「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は「教材配布」で授業日の3日前までにアップロードする。 ・授業ごとの課題・宿題に取り組んでから、授業に出席すること。

科 目 名	雇用管理
担 当 者	佐藤 博樹
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目的> いわゆる正社員や有期雇用社員など直接雇用の人材に加えて、派遣社員や請負社員など外部人材を含めた、雇用管理の理論、現状、課題を学ぶ。 <到達目標> 雇用管理の理論を理解したうえで、それを活用し、自社の雇用管理の課題の把握や改善策の立案に取り組めるようになること。
概 要	人事管理（人的資源管理）は、雇用管理、報酬管理、労使関係管理の3つの管理領域からなる。雇用管理には、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。従来の雇用管理では、企業が直接雇用する人材が主に対象とされてきた。それに加えて本講義では、企業が雇用関係を持たない派遣人材や請負人材など多様な人材活用に関しても学ぶ。
授 業 計 画	第1回 オリエンテーション 第2回 HRMの基本的役割（人的資源管理を受講して者が多い場合は省略） 第3回 配置・異動（キャリア）と能力開発 第4回 キャリアや能力開発の事例紹介 第5回 日本の雇用システムの特質 第6回 海外の雇用システムの特質 第7回 管理職の役割 第8回 管理職の育成 第9回 多様な人材の活用 第10回 多様な人材の待遇 第11回 女性の活躍推進の変遷と現状 第12回 女性の活躍推進の課題 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 ※授業の進捗等により、一部変更の可能性あり。 ・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 ・（ICTを活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業
成績評価の 基準と方法	課題レポート（60%）、グループ課題（20%）、授業への貢献（20%）による。 課題レポート・グループ課題：現状や課題に関する理解の的確さ、課題に対する考察の深さ、視点のユニークさ、説得力 授業への貢献：授業への参加、発言の態度（積極性、発言内容の的確さ、他の学生の意見の尊重等）

	・授業期間内のレポート等に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	(参考文献) 小池和男『仕事の経済学(第3版)』東洋経済新報社,2005、 今野浩一郎・佐藤博樹『人事管理入門 (第3版)』日本経済新聞出版、2020 佐藤博樹・松浦民恵・高見具広『働き方改革の基本』中央経済社、2020 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 武石恵美子・高崎美佐『女性のキャリア支援』中央経済社、2020 坂爪洋美・高村静『管理職の役割』中央経済社、2020
特記事項	・授業開始前から履修申請期間は「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は「教材配布」で授業日の3日前までにアップロードする。 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示する。 ・授業ごとの課題・宿題に取り組んでから、授業に出席すること。

科 目 名	人材開発
担 当 者	高村 静
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目標> 人材開発に関する理論や実践・手法を理解し、今日的課題について議論できるようになることを目標とする。 <到達目標> 習得した知識および手法をもとに、自社の人材開発の課題を把握し、改善策の立案に取り組めるようになることを到達目標とする。
概 要	企業は獲得した人材の能力を開発することにより戦略を実行し、競争力を高め、組織の維持・発展を図る。この授業では、人材開発・能力開発に関わる基本的な理論を学ぶとともに、環境および戦略の変化に応じて常に変化する必要とされる能力の再開発や新人等育成の仕組み・手法についても議論する。この際、人材を開発し利用としようとする組織と、自らの能力を開発しキャリア形成を行おうとする個人、個人の能力開発の場となる職場、のそれぞれの視点を考慮に入れ、複数の主体間に生じる相互作用についても考えていく。
授 業 計 画	第1回 インTRODakション/人材開発の考え方と理論 第2回 人材開発の論点（1）知的熟練 第3回 人材開発の論点（2）経験学習 第4回 人材開発の論点（3）リーダーや特定職種の経験学習 第5回 人材開発の論点（4）エンプロイアビリティ 第6回 人材開発の論点（5）キャリア・アンカー 第7回 人材開発の論点（6）キャリア自律と組織コミットメント 第8回 人材開発の論点（7）組織内キャリア自律 第9回 人材開発の論点（8）職場学習 第10回 人材開発の論点（9）組織学習 第11回 キャリア発達の論点（1）キャリア発達の理論 第12回 キャリア発達の論点（2）キャリア・ダイナミクス 第13回 人材開発の今日的課題 第14回 人材開発計画 ・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に勤務：主任研究員兼シニア・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）等の経験から得た様々な企業の多様な視座を講義に反映させる。 2009年4月～2019年3月 内閣府に勤務：人材の育成・活躍（多様な人材の活躍促進）施策に関わる調査・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、組織の雇用管理・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。 ・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（ベアワーク）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	・成績評価の方法・基準の明示 課題レポート（70%）、議論への発言・貢献（30%）による。 ・課題レポート：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、レポートの構成力、独自の時点があるか、等を基準とする。 ・授業への貢献：授業内で実施するプレゼンテーション、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。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける。また、希望に応じて個別に実施する。
テキスト・ 参考文献等	・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 活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 マッコーレイ, C. D.、モクスレイ, R. S.、ヴェルサ, E. V. 編『リーダーシップ開発ハンドブック—The Center for Creative Leadership: CCL』金井壽宏監訳、白桃書房、2011 年 シャイン, E. H.『キャリア・ダイナミクス：キャリアとは、生涯を通しての人間の生き方・表現である。』二村敏子・三善勝代訳、白桃書房、1991 年 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
特 記 事 項	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。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	インセンティブ・マネジメント
担 当 者	佐藤 博樹
履 修 条 件	特になし。
科目の目的・到達目標	<科目の目的> 人的資源管理の2つの管理領域である雇用管理と報酬管理のうち後者について学ぶ。 <科目の目標> 報酬管理は、社員が保有する人的資源や提供する労働サービスを評価し、それに対する反対給付として企業が提供する報酬を合理的に運用する仕組みである。広義の報酬としての重要性が増しているWLB支援に関しても学ぶ。報酬管理の理論を学び、自社の報酬管理の課題の把握や改善策の立案に取り組めるようになること。
概 要	インセンティブ・マネジメントに関わる人的資源管理の各分野、すなわち雇用区分、社員格付け、人材育成、昇進、人事評価、賃金、福利厚生等の管理について、主要な議論を把握する。また、そうした知見にてらして、授業参加者は、各人の身近にある企業や職場の事例等を念頭に、対応する実態や課題について議論する。これらを通じ、人的資源管理に関わる理論や議論を適切に踏まえ、インセンティブ・マネジメントの課題を把握し、改善策を立案するための知識と思考力を身につける。新しい報酬としてのWLBに関しても学ぶ。
授 業 計 画	第1回 オリエンテーションと講義概要 第2回 人的資源管理の基本を学ぶ 第3回 モチベーション理論の基礎 第4回 モチベーション管理の応用 第5回 多様な社員格付け制度 第6回 雇用区分の多元化 第7回 総額賃金管理 第8回 個別賃金管理 第9回 多様な雇用形態間の不合理な処遇の解消 第10回 人事評価と課題 第11回 報酬管理としての昇進管理 第12回 新しい報酬としてのWLB支援 第13回 仕事と介護の両立支援 第14回 グループ課題の報告と議論 ・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 ・(ICTを活用した) 双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業
成績評価の基準と方法	課題レポート (60%)、講義内での発言 (20%)、グループ課題 (20%) による。 レポートの評価：用語の定義や理解が適切か、理論的な記述になっているか、独自の視点があるかなど 授業内の発言の評価：質問に対する意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度など なお、グループ課題の評価は、グループ全体の評価に応じて、メンバーに一律に加点する。 ・授業期間中のレポート等に対するフィードバックの方法

	■授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	スティーブ P. ロビンズ『組織行動のマネジメント（新版）』ダイヤモンド社、2009 海老原嗣生『即効マネジメント：部下をコントロールする黄金原則』ちくま新書、2016 今野浩一郎『勝ちぬく賃金改革』日本経済新聞出版社、1998 今野浩一郎・佐藤博樹『人事管理入門（第3版）』日本経済新聞出版、2020 江口匡太『キャリア・リスクの経済学』生産性出版、2010 小池和男『仕事の経済学（第3版）』東洋経済新報社、2005 佐藤博樹・武石恵美子『職場のワークライフバランス』日経文庫、2010 佐藤博樹・矢島洋子『新訂・介護離職から社員を守る』労働調査会、2018
特記事項	・授業開始前から履修申請期間は「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は「教材配布」で授業日の3日前までにアップロードする。 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、課題テーマを提示する。 ・授業ごとの課題・宿題に取り組んでから、授業に出席すること。

科 目 名	インベストメントと企業リスク管理
担 当 者	矢部 謙介
履 修 条 件	特になし。クラス内におけるディスカッションの多様性を確保するため、数多くの受講生の履修を期待する。受講生は、企業分析および事業投資についての分析に対する意欲を有することが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：企業戦略上必要となる事業投資と、そこにおいて発生するリスクをいかに管理していくかという課題に対する考え方を身につけることを目的とする。 到達目標：EVA、M&A、事業投資、企業不祥事などとリスク管理の関わりについての考え方を身に付け、実務に活用することができるようになることを目標とする。
概 要	・企業経営の様々な局面で発生する投資とリスクの関係について検討を行なう。 ・講義は、ケースを用いたディスカッションを主体として実施し、受講生によるグループワークやプレゼンテーションも重視する。 ・クラス内でのインタラクションを重視するため、レクチャー形式による講義は必要最低限に留める。 ・本講義で取り扱う局面としては、企業の M&A、事業投資、企業不祥事、事業環境の大きな変化などが挙げられる。 ・なお、講義前半においては、様々な検討を行なうベースとして、経営分析の基礎についても討議を行なう。
授 業 計 画	第1回 講義概要のイントロダクション 第2回 要約財務諸表分析 第3回 財務指標を用いた2社比較分析（1）：財務分析と課題の抽出 第4回 財務指標を用いた2社比較分析（2）：今後の経営方針の策定 第5回 EVAと事業リスク管理（1）：EVAの活用方法 第6回 EVAと事業リスク管理（2）：事業投資管理のあり方 第7回 M&Aとリスク（1）：M&A成功事例の特徴 第8回 M&Aとリスク（2）：M&Aにおけるリスク管理のあり方 第9回 事業投資とリスク（1）：データの収集と分析 第10回 事業投資とリスク（2）：経営方針策定とリスク管理のあり方 第11回 企業不祥事とリスク管理（1）：不正会計の分析 第12回 企業不祥事とリスク管理（2）：事前と事後のリスク管理 第13回 事業投資とリスクに関するプレゼンテーション 第14回 プレゼンテーションを踏まえたディスカッション ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 講義担当者が戦略コンサルティング・ファームに勤務していた際の経験を講義に積極的に取り入れ、実務に生かせる実践的な講義内容とする。 ・1997年4月～2001年12月 株式会社三和総合研究所勤務（経営コンサルタント） ・2002年1月～2004年9月 株式会社ローランド・ベルガー勤務（経営コンサルタント） ・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、□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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の基準と方法	・講義への貢献度（評価ウェイト 70%）： 講義におけるディスカッションにおいて、講義内容に関する独自の視点や洞察を提供する発言の質および量を基準として評価する。 ・レポート（評価ウェイト 30%）： 講義事前の準備における講義内容に対する理解の度合い及び独自の視点・考察の有無を基準として評価する。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト： 矢部謙介『武器としての会計思考力 会社の数字をどのように戦略に活用するか？』日本実業出版社、2017 年。 矢部謙介『武器としての会計ファイナンス 「カネの流れ」をどう最適化して戦略を成功させるか？』日本実業出版社、2018 年。 矢部謙介『粉飾&黒字倒産を読む 「あぶない決算書」を見抜く技術』日本実業出版社、2020 年。
特記事項	・講義で使用するケースや課題などについての資料を、5 月初旬を目処に事務室にて配布します。初回講義から予習が必要となるので、必ず事前に受領してください。 ・なお、資料準備の関係から、履修者数を事前に把握する必要があるため、履修希望者は、できる限り履修申請期間内に登録をお願いします。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	インベストメントと企業リスク管理
担 当 者	石田 惣平
履 修 条 件	特にありません。わからないことがあれば、講義時に Q&A の時間を設けますので、そちらで質問してください。
科目の目的 ・到達目標	(科目の目的) 本講義の目標は、(1)企業価値をどのように評価するのかを理解すること、(2)企業価値を高めるために企業はどのような投資戦略を取るべきかを理解すること、(3)最善な戦略を知っていても経営者がそうした戦略を取らない理由を理解すること、(4)機会主義的な経営者を律する方法を理解することにあります。 (到達目標) 本講義の到達目標は、本講義で学んだことをもとに、実際の投資戦略を評価し、その問題点と改善案を提示することにあります。
概 要	企業の目標は資金提供者である株主と債権者の価値の和、すなわち企業価値(=株主価値+負債価値)を最大化することにあります。本講義では、企業価値をどのように評価するのか、そして企業価値を高めるために企業はどのような投資戦略(実物投資・M&A・研究開発投資)を取るべきかを議論します。また、最善な投資戦略を知っていたとしても経営者がそうした戦略を取らない理由、およびそうした機会主義的な経営者を律する策について議論します。
授 業 計 画	(授業計画) 第1回 インベストメントと企業リスク管理の目的 第2回 貨幣の時間的価値 第3回 債券と株式の評価 第4回 リスクとリターン 第5回 ポートフォリオ理論 第6回 資本資産評価モデル①：理論 第7回 中間試験 第8回 資本資産評価モデル②：実践 第9回 企業価値評価 第10回 投資の意思決定 第11回 情報の非対称性と投資決定 第12回 企業統治と投資決定 第13回 M&A の意思決定 第14回 M&A の経済効果の測定と決定要因 第15回 期末試験 (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 □遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他 (), ■実施していない。
成績評価の 基準と方法	(評価基準) 課題 20%、中間試験 30%、期末試験 50%で評価します。いずれの試験についても欠席した場合には 0 点として扱います。 (課題) 前回の講義の内容や計算方法を正しく理解しているかを確認するために、毎講義で課題を出します。 (中間試験) 第 1 回から第 6 回までの講義の内容や計算方法を正しく理解しているかを確認するために、中間試験を行います。 (期末試験) 第 1 回から第 14 回までの講義の内容や計算方法を正しく理解しているかを確認するために、期末試験を行います。 (課題に対するフィードバックの方法) 課題については授業内で解説する時間を設けます。中間試験と期末試験については試験終了後に解答をアップロードします。
テキスト・ 参考文献等	(テキスト) 特にありません。 (参考文献) 新井富雄・高橋文郎・芹田敏夫. 2016. 「コーポレート・ファイナンス」中央経済社.
特 記 事 項	(教材の配布の方法について) 講義資料は講義の 3 日前までに C plus にアップロードしておきます。各自で印刷の上、持参するようお願いします。 (準備学習について) 予習は必要ありませんが、毎講義で課題を出しますので、必ず復習をしてくるようお願いします。

科 目 名	財務報告論
担 当 者	伊藤 邦雄
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：財務報告は、企業を知るうえでもっとも有用で必須の情報である。そのため、財務報告に関する知識は、戦略の評価・策定に不可欠である。企業はつねに変化している。それとともに財務報告もまた変化している。本講義で扱う内容は、MBAの知識の根幹をなすものである。本講義では、「生きた言語」である会計情報を中心とした財務報告のダイナミズムを、多くの実例を交えつつ学ぶ。財務報告は今、世界的に注目が集めている。企業の情報開示は「非財務情報」をもカバーし、「統合報告」へと発展しようとしている。2014年8月に経済産業省から発表された「伊藤レポート」は企業と投資家との対話の重要性を強調しており、対話の中心となるのが財務報告であり、統合報告である。戦略経営による企業価値創造には本講義での知識は不可欠である。 到達目標：企業の経営企画や財務部で必要とされる知識を習得し、企業分析の包括的知識とスキルの習得を目指す。 会計の知識に自信がない人でも受講可能です。
概 要	本講義では以下のようなトピックを取り扱う予定である。なお、後半では企業経営者（CEOやCFO）、証券アナリスト・コンサルタントをゲスト・スピーカーとして招き、彼らとの対話を通じて会計・財務についての認識を深めてもらう予定である。 ①財務報告の基礎知識（貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書） ②グループ連結経営 ③M&Aの財務報告 ④企業評価の手法 ⑤国際会計基準（IAS/IFRS） ⑥非財務情報の進展 ⑦ファンダメンタル分析
授 業 計 画	第1回 財務報告の基礎知識 第2回 資源フローの財務報告 第3回 資源ストックの財務報告 第4回 ファンダメンタル分析―演習（1） 第5回 ファンダメンタル分析―演習（2） 第6回 ファンダメンタル分析のグループ発表 第7回 M&Aの財務報告 第8回 資本コストと企業評価非財務情報と企業評価 第9回 伊藤レポートの特徴 第10回 非財務情報と企業評価 第11回 ESGと企業評価統合報告のフレームワーク 第12回 気候変動問題と情報開示 第13回 統合報告のフレームワーク 第14回 ゲストスピーカー・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 1980年4月～2015年3月まで一橋大学に勤務。 日本を代表する企業の社外取締役を勤める。 経済産業省「伊藤レポート」プロジェクト座長。 経済産業省「伊藤レポート 2.0」プロジェクト座長。 日本経済新聞社「日本版エグゼクティブ教育研究会」座長。 TCFD（気候変動関連財務情報開示プロジェクト）コンソーシアム会長。 東京証券取引所「企業価値向上表彰制度」委員会委員長。 経済産業省・東京証券取引所「DX 銘柄」選定委員長 等。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	授業中の討議参加度などの平常点 50%、最終レポート 50%。 レポートの評価：用語の定義や理解が適切か、理論的な記述になっているか、独自の視点があるかなど 授業内の発言の評価：質問に対する意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度など ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 □授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	伊藤邦雄『新・現代会計入門』第3版、日本経済新聞出版社、2018年 伊藤邦雄『新・企業価値評価』第2版日本経済新聞出版社、2021年
特記事項	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 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	グローバル経営法務
担 当 者	吉田 愛
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：グローバル経営に関連する法およびその適用の基礎を学ぶことを目的とする。 到達目標：グローバル経営に関連する法分野の全体像を把握するとともに、ビジネスの展開でツールとして用いるべき法分野についての検討が可能となる。
概 要	国際的な企業の経営に関連の深い法分野を実務的視点に立って学習する。グローバルなビジネス展開に必要な法的枠組理解の端緒とすることを目的とする。国際取引、紛争解決、資金調達の各分野を順次取り上げ、日本法と海外の法制度を比較しつつ基本的な概念を分かりやすく解説する。また、具体的事案を挙げて議論することによって、双方向性を確保しつつ、受講者の関心と理解を深める。なお、担当者が海事法分野を専門としていることから、船舶融資及び海上運送に関する条約や国際法上の問題点についても、適宜講義する。課題の一環として、履修生は検討と場合によりプレゼンテーションを行い、期末までにその内容をレポートとしてまとめる。
授 業 計 画	第1回 講義の概要と紹介 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 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 第4回 国際取引に用いられる英文契約書の基礎知識 第5回 各種英文契約書の解説 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・仲裁合意等 第7回 国際取引の準拠法－国際私法の問題 第8回 国際売買契約 第9回 貿易取引実務－貿易取引の流れ、概観 第10回 貿易取引実務－海上運送、船荷証券を巡る紛争事例 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 第12回 貿易取引実務－最近の相談事例、越境ECなど 第13回 国際取引における紛争解決制度（裁判・仲裁） 第14回 国際倒産 2001年から マリタックス法律事務所弁護士 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 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。

成績評価の 基準と方法	レポートおよび授業におけるプレゼンテーション、ディスカッション等の発言頻度、内容による（レポート 30%、授業 70% とする）。 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。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・ 参考文献等	テキスト：適宜授業で配布する。
特 記 事 項	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。 毎回授業前に C plus にレジ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	コンプライアンス・内部統制と法実務
担 当 者	杉浦 宣彦, 森谷 博之, 吉田 知玄
履 修 条 件	「経営法務概論」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：コンプライアンス・内部統制制度の仕組みと機能、ならびにその法実務上の問題点を理解する。 到達目標：コンプライアンス・内部統制制度をめぐる理論と制度についての知識を関連する法制度とともに学び、企業内におけるコンプライアンス・内部統制制度の構築のためのノウハウを実践的に学ぶ。
概 要	現代会社法務の最重要課題の一つであるコンプライアンスと内部統制の背景・意義・機能と、法実務上の問題点を判例等の分析を通じて整理・検討し、会社法と金融商品取引法に明記された内部統制システム構築義務の規定の趣旨・内容を理解する。また、それらの知識を企業不祥事の防止と合理的・効率的な経営の戦略的展開にどのように役立てるべきかについて会得する。その上で、企業コンプライアンス担当のコンサルタントなどによるゲスト講義も織り交ぜながら、最先端のコンプライアンスと法実務の状況を理解し、さらには、具体的な内部統制体制の構築方法を学ぶ。
授 業 計 画	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 ・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、現在、企業への内部統制コンサル等をおこなっており、本講義内容の最前線にいるメンバーで構成されている。 ・アクティブ・ラーニング要素 ☒ディスカッション、☒グループワーク、☒プレゼンテーション、☐実習、☐フィールドワーク、☐PBL（課題解決型学習）、☐反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、☐ディベート、☐その他（ ）、☐実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ☒遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。

成績評価の 基準と方法	クラスでの討議参加度・発表内容（50%）と課題提出＋レポート結果（50%）。 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。 ・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、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：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。 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
特 記 事 項	・教材配布の方法について C plus を通じ原則として講義3日前に配布する。 ・準備学習について 講義の中でグループディスカッション等を行うこともあるので、レジュメに事前に目を通して出席し、講義の中でその内容を確認してもらう必要がある。また、数回に一回確認のための課題等を出す場合があるので、必ず取り組むこと。

科 目 名	金融市場と法
担 当 者	杉浦 宣彦
履 修 条 件	「経営法務概論」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	(科目の目的) 金融商品取引法、銀行法、保険法、信託法など、様々な法律で構成されている金融法がどのように形作られ、金融市場の現状とどのように有機的に結びついているかを学び、企業法務ならびにファイナンス戦略を考える上での基礎的能力を身につける。 (到達目標) 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ぶことを通じて、ビジネス戦略面での活用・応用力を会得することを目標とする。
概 要	銀行法、旧証券取引法、保険法、信託法等に代表される金融法は、従来、その専門的・技術的内容から、金融機関のための法だったが、金融サービスの拡大、他産業からの金融業への参入、企業の資金調達方法ならびに投資手法の多様化といった近年の動きや投資商品の拡大から、一般企業や投資家にも必須のものとなっている。金融システム全体を鳥瞰しつつ、その背後にある法規制や、金融取引一般に関する法律を最新の法的課題を含めて紹介・解説するが、コース全体のまとめも兼ねて、IoT/インダストリー4.0 とも関連する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 大学卒業以降、HSBC や JP モルガンで様々な金融業務を担当し法務担当も経験、さらに金融庁で研究官として立法行政にも関わり、現在も様々な金融機関へのアドバイス等も行っている。 ・アクティブ・ラーニング要素 ☒ディスカッション、☒グループワーク、☐プレゼンテーション、☐実習、☐フィールドワーク、☐PBL（課題解決型学習）、☐反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、☐ディベート、☐その他（ ）、☐実施していない

	・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	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%） 講義内でのディスカッションでの発言や質問等も考慮するが、全体的な理解度は最終レポートで推し量ることができるので、その結果を見ながら、ほかの部分を加味して評価する方針である。 ・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、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：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7版）』『保険法入門』（それぞれ日経文庫）などを挙げておく。また、適宜、その他の参考文献の紹介を行う。
特 記 事 項	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。 準備学習について ・毎回事前に掲示されるレジュ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ので、毎回講義内容を確認し、課題に取り組むこと。

科 目 名	企業の社会的責任
担 当 者	本橋 潤子
履 修 条 件	
科目の目的 ・到達目標	(科目目的) 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。 (到達目標) ・経営における倫理の必要性を戦略として理解し、社会における企業の役割を俯瞰できる視座を持つこと。その上で、社会的責任を果たし得る「倫理的な」組織を実現するための手法と考え方を知り、自らのマネジメントに応用できるようになること。 ・組織内外の人々のあり方にも影響を与える、倫理的な意思決定の要諦を知り、思考の枠組みを得ること。さらにはこれを生かし、日々の活動や意思決定において「よき問い」を立てられるようになること。
概 要	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。 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。
授 業 計 画	第1回 企業にとっての倫理の必要性 第2回 ショートケースなどによるディスカッション 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 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 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 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 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 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 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 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 ・担当教員は、学校法人産業能率大学を本務校とし、2000年より、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

	メントと関連する領域を中心に行ってきた。その後 2010 年、慶應義塾大学大学院商学研究科に入学、企業倫理に関する学術的な探究を実務と並行して行い、後期博士課程を単位取得退学し現在に至っている（ABD）。実務での経験を、直接的に講義内容に反映させることは想定していないが、実務家の（そして、組織の一員としての）目線で企業倫理（学）を捉え、理論と実践の橋渡しを志向すること、このテーマを人と組織が「よりよくある／なること」の問題として考え、受講者自身の成長にもつながり得るアプローチを目指していくことなどの点において、一定の基盤となるものと考えている。 ・アクティブ・ラーニング要素 ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション、その他（ケースメソッド） ・（ICT を活用した）双方型授業の実施：遠隔授業対応授業
成績評価の基準と方法	成績評価の方法・基準 ・「事前課題」への取り組み 30%：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。 ・授業への参加・貢献度 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。 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。
テキスト・参考文献等	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） 参考文献：『ビジネスの倫理学』梅津光弘著（丸善、2002 年）
特記事項	教材配布の方法 ・授業開始前～履修申請期間は、C plus の「講義照会」で配布をする。 ・履修確定後は、「教材配布」に、授業日の 3 日前までにアップロードする。 ・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。 課題・宿題の課題テーマの提示 ・授業ごとの「事前課題」（宿題）については、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示する。 事前学習 ・各回の受講にあたっては、テキスト掲載の指定されたケース（20-30 ページ）を読み、「事前課題」に取り組むこと。 ・「事前課題」は、授業前の期日までに、指定の方法で提出すること。 ・第 13 回では、期末レポートの内容について口頭発表を行えるよう、プレゼンテーションの準備をしておくこと。

科 目 名	ビジネスプランニング
担 当 者	新藤 晴臣
履 修 条 件	「経営戦略論基礎」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	目的：本講義では事業アイデアを具現化する手段として、ビジネスプランの作成について考えることを目的とする。MBA の講義では、経営戦略、マーケティング、ファイナンス、アントレプレナーシップといった、多様な経営理論について専門的に学習するが、それらの理論を統合し、実践的に活用する機会は限られている。本講義では、事業アイデアをもとにビジネスプランを作成するプロセスを通じて、それらの理論を統合的かつ実践的に活用する方法を学ぶことを目的とする。 目標：本講義は、以下の 2 点を到達目標とする。 1. 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。 2. ビジネスプラン作成と発表を通じて、事業アイデアの実現可能性について、客観的に説明する方法を身につける。
概 要	上記目標を達成するため、本講義では、ビジネスプランの作成という方法を用いる。具体的には 14 回の講義を通じて 1 つのビジネスプランを作成する。講義の最初には、各回で用いる理論・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	第 1 回 インTRODクシヨン（講義説明とチーム編成） 第 2 回 ビジネスプラン 1：事業アイデアのスクリーニングと事業コンセプト構築 第 3 回 ビジネスプラン 2：産業分析（市場規模、製品ライフサイクル、5・Forces） 第 4 回 ビジネスプラン 3：基礎資料収集 第 5 回 ビジネスプラン 4：産業分析・ミニ報告 第 6 回 ビジネスプラン 5：競合分析（競合企業概要、競合理由、SWOT 分析、価値連鎖） 第 7 回 ビジネスプラン 6：競合分析・ミニ報告 第 8 回 ビジネスプラン 7：市場分析（STP 分析、マーケティングミックス） 第 9 回 ビジネスプラン 8：市場分析・ミニ報告 第10回 ビジネスプラン 9：損益シミュレーション（マイルストーン、損益ドライバー、財務計画） 第11回 ビジネスプラン10：損益シミュレーション・ミニ報告 第12回 ビジネスプラン11：損益シミュレーション見直し 第13回 ビジネスプラン12：まとめ 1 第14回 ビジネスプラン13：まとめ 2 第15回 ビジネスプラン発表 ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （2010 年 4 月～2021 年 3 月、大阪市立大学大学院都市経営研究科「課題演習 1・2」（ビジネスプラン演習科目）担当） ・アクティブ・ラーニング要素 ☒ディスカッション、☒グループワーク、☒プレゼンテーション、☐実習、☐フィールドワーク、☐その他（ ）

	・(ICT を活用した) 双方型授業の実施
成績評価の 基準と方法	成績評価は、①ビジネスプランの完成度 (50%)、②チームへの貢献度 (50%) により構成される。なお、評価方法の詳細については、以下の通りとなる。 ①ビジネスプランの完成度 (50%) 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、プレゼンテーションにより構成される。 ②チームへの貢献度 (50%) チームへの貢献度とは、各チームでビジネスプランを作成する際の、各自の貢献度を意味する。これについても、教員及び受講者によるピアレビューにより評価を行う。なお本講義はチームでのビジネスプラン作成を前提とするが、個人でのビジネスプラン作成も可能とする。個人でビジネスプラン作成を行う場合、本基準での評価は行わず、①ビジネスプランの完成度を100%として評価を行う。 ・課題 (中間試験やレポート等) に対するフィードバックの方法 ☑授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	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) 参考文献：『アントレプレナーシップ』 ウィリアム・バイグレイブ、アンドリュー・ザカラキス著 高橋徳行・田代泰久・鈴木正明訳 (日経 BP 社、2009 年) 『ハイテク・スタートアップの経営戦略』 田路則子・露木恵美子編 (東洋経済新報社、2010 年)
特 記 事 項	教材の配布の方法について ・テキスト以外の配布資料は、C plus で配布を行う。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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。 準備学習について ・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	ロジカルシンキング・デザインシンキング／デザインシンキング
担 当 者	伊藤 智久
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	デザインシンキングは、人間中心のイノベーションを創出するための方法論として注目を集めている。 目的：本科目では、デザインシンキングとイノベーションの基礎理論や、デザインシンキングのプロセス、諸技法について理解を深める。特にサービスとビジネスモデルのデザインに焦点を当て、その基本的な理論と実践の理解を目的とする 目標：アクティブ・ラーニングの各種の方法を用いることで、深い理解ができることを目指す。
概 要	デザインシンキングは、モノの形などの意匠のデザインのみを対象にするのはでない。モノやコト、システムなどを対象とし、それらの従来の組み合わせを変更することによって、創造的に問題を解決するための方法の総称である。 本科目では、デザインシンキングやイノベーションに関する理論の説明に加えて、事例を用いた講義やディスカッションを行う。さらに、デザインシンキングの諸技法を用いた演習を行いながら学習する。 本科目では、特にサービスやビジネスモデルのデザインに焦点を当て、新しいサービスを創出するためのリサーチやデザインの方法、新しいビジネスモデルを創出するための方法について学習する。
授 業 計 画	第1回：ガイダンス、デザインシンキングとイノベーションの概要 第2回：破壊的イノベーションと価値共創の理論 第3回：デザインシンキングのプロセス 第4回：デザインシンキングの体験 第5回：サービスデザイン(1)：顧客体験リサーチの基礎 第6回：サービスデザイン(2)：顧客体験リサーチの応用 第7回：サービスデザイン(3)：顧客体験デザインの基礎 第8回：サービスデザイン(4)：顧客体験デザインの応用 第9回：ビジネスモデルのデザイン(1)：ビジネスモデルの概要 第10回：ビジネスモデルのデザイン(2)：ビジネスモデルの表現 第11回：ビジネスモデルのデザイン(3)：顧客開発モデル 第12回：ビジネスモデルのデザイン(4)：リーンスタートアップ 第13回：ゲスト講師による講演 第14回：ゲスト講師とのディスカッション 第15回：まとめとディスカッション ・教員の実務経験(職歴、本務先)と授業との関連性 担当教員は、経営コンサルタントとしてデザインシンキングの支援に関連する実務経験がある。実務経験をふまえ、具体的な事例の紹介や実践時の注意点等の解説を行う。 ・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、☐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 ☒遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他(), □実施していない。
成績評価の 基準と方法	本科目の評価方法は次の 2 つである。 ・ 授業中の演習への積極的な参加 (30%) ・ 全 7 回のレポート (70%) レポートは、「授業内容の理解度」「実務等への活かし方の具体性」「考察の深さ」「文章表現の適切さ」の視点で評価する。 ・ 課題(中間試験やレポート等)に対するフィードバックの方法 ☒授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	配布する資料をテキストとして用いる。 主な参考文献は下記の通りである。 『デザイン思考が世界を変える』ティム・ブラウン著 千葉敏生訳(早川書房、2014 年) 『サービスデザインの教科書：共創するビジネスのつくりかた』武山政直著(NTT 出版、2017 年) 『この一冊で全部わかる ビジネスモデル』根来龍之・富樫佳織・足代訓史著(SB クリエイティブ、2020 年)
特 記 事 項	・ 教材の配布の方法 教材は、専用のウェブサイトにて閲覧できるようにする。 閲覧のためのパスワードは、授業内で通知する。 ・ レポートの提出方法 C plus からレポートを提出できるようにする。

科 目 名	特別講義（ビジネス・コミュニケーション）／ビジネス・コミュニケーション
担 当 者	愛場 吉子
履 修 条 件	レベルは問いませんが、期間中、英語の課題にしっかり取り組めることが条件です
科目の目的 ・到達目標	ビジネス現場に求められる実践英語力 科目の目的：The aim of this Business Communication course is to provide students with effective English language communication skills and strategies required to function in the global business environment. 到達目標：At the end of this course, students will have a better understanding of how to handle common business situations by communicating effectively in English.
概 要	The Business Communication course will introduce English language and strategies to help low-to-intermediate level learners handle common business situations. This course will develop the four principal skills of English: Reading, Listening, Writing and Speaking. However, the main focus will be the improvement of listening and speaking skills, considering the increasing use of those skills at work in the real business communications. In each lesson, students will work on various input and output activities based on the week's topic and learn by practicing and receiving corrective feedback from the instructor. Students will work both individually and in pairs or teams. The language of instruction is mainly English. Participants are to communicate in class in English, but they are allowed to speak some Japanese and use dictionaries when necessary.
授 業 計 画	第1回 Orientation: Course goals, textbooks, homework, evaluation 英語学習法についての説明 第2回 Narration across tenses : Narrating your/your department's job responsibilities / Sharing your action plans / Reporting your past meeting results 第3回 Telephoning 第4回 Reasoning: Stating your preferences or opinions with reasons 第5回 Making appointments 第6回 Asking questions and making requests 第7回 Business trip 第8回 Comparison: Comparing two different companies, products, services 第9回 Socializing 第10回 Agreeing and disagreeing with others 第11回 Business meeting 第12回 Complaints: Complaining about mistakes, poor service, products, prices 第13回 Effective business presentation 第14回 Final Review / Speaking Assessment ・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、富士ゼロックスグループ企業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、ライセンス事業に携わる。2014～現在はビジネス英語の研修会社を共同経営している。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。 ・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（スピーキング練習）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、■その他（ ）、□実施していない。 英語学習アプリから音声ダウンロードして自己学習、課題に取り組んでいただきます。 C-Plus を使って、ご自身の課題の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。
成績評価の基準と方法	Students will be graded and evaluated based on the following points. - In-class performance: 35% 個人、ペア、グループワーク等での発言・質問によるクラスへの貢献度 - Homework: 40% 毎週のディクテーション（聞き取り）及びスピーキング音声の提出課題 - Final assessment: 25% 履修内容の理解度を測る一人 10 分程度のスピーキング試験 Homework: 主にディクテーション、ショートスピーチのデータをクラスのレポートフォルダーに各自アップロードいただきます。 Final Speaking Assessment: 最終日に各自 5 ～ 10 分程度の speaking assessment を実施し、履修内容の理解度を評価します。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 □授業時間内で講評・解説の時間を設けます
テキスト・参考文献等	<使用テキスト・要購入> 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 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 <参考文献> 1) 「一流ビジネスパーソンが無意識にやっている 英語でプレゼン・スピーチ 15 の法則 25 のスライドタイプで鍛える!」愛場 吉子 (著)、三修社 2017/4/30 2) 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、Additional materials will be shared in class.
特記事項	-Each week's homework and handouts will be posted for downloading on the class website. -All the homework will need to be submitted 2 days before the next class (by Friday evening each week). -Students will need to bring a recording device (smart phone or IC recorder etc.) and an earphone to the class. ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C-plus に掲載する連絡や課題に必ず取り組んでご出席ください。

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

	・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 ■遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。
成績評価の 基準と方法	チームへの貢献 20% 事前およびリフレクションレポート（個人課題・原則毎回） 40% 最終レポート 40% 1. この授業（場の変化、自走するチーム）への貢献度 2. 自分自身を変えようと努力をしたか？ 3. システム・コーチングの理解度・実践度 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☒授業時間内で講評・解説の時間を設ける
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	教材の配布の方法について ・クラス内で当日配布する。 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こととする。 準備学習について ・授業において提示された課題には必ず取り組むこと。

科 目 名	特別講義（ビジネス交渉術）／ビジネス交渉術
担 当 者	吉田 武史, 松本 慶, Christoph Rademacher, 高田 昭英
履 修 条 件	本講義に特別な履修条件は要求しない。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：交渉における理論と経験の融合 到達目標：実務において実践可能な「より優れた」交渉技術の修得
概 要	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。 本講義の目指すものは、交渉における理論と経験の融合である。授業の前半 30 分程度で交渉技術の理論・知識を学び、その後、実践の場として、仮説事例に基づき、受講生同士で交渉演習を行う。交渉演習後には、クラス全体でディスカッションを行い、演習での経験を含め、受講生同士が過去の交渉経験を共有する場を提供する。こうした、学習→実践→経験共有というプロセスを通じ、交渉の展開や効果について先読みする視野を養う機会も提供する。 本講義は、交渉学研究において最先端に行く米国ハーバード、米国ノースウェスタン大学ロースクール出身者であり、実際に米国で交渉学を研究してきた者、現在も企業において交渉研修プログラムを提供している者など、交渉に深い修養を持つ日本人弁護士によって担当される。 また、異文化間交渉については、国際知財紛争解決研究において実績を有する米国スタンフォード大学ロースクール出身者であり、他大学でも交渉について教鞭をとるドイツ人弁護士によって担当される。 また、授業を担当する弁護士は、それぞれ、紛争解決、M&A、IP/IT 法務の専門家である。そのため、本講義は、交渉術に専門的な知見を加え、実務で即効性のある、より一歩進んだ実践的交渉術を提供する。
授 業 計 画	第1-2回 交渉術の「黄金ルール」を修得する（吉田） 第3-4回 黄金ルールからのさらなる展開（吉田） 第5-6回 交渉を妨げるノイズを打破する（吉田） 第7-8回 紛争解決／異文化間交渉における実践的交渉術（吉田） 第9-10回 ライセンス交渉における実践的交渉術①（Rademacher） 第11-12回 ライセンス交渉における実践的交渉術②（松本） 第13-14回 M&A における実践的交渉術（高田） 第15回 レポート課題提出、個別相談（吉田） ※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。 ※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。 ※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。 ※また、第 15 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。 ・実務経験のある教員による授業科目である場合、その旨をシラバスに明示してください。 ・アクティブ・ラーニング要素 ■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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	平常点 30%、授業前に提出する「交渉戦略分析シート」の評価 40%、クラスディスカッションにおける講義参加度 20%、レポート課題 10% ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	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）を講義開始前に読んで頂くことをお勧めする。
特 記 事 項	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 1 週間前までにアップロードする。 レポート課題の課題テーマを提示について ・レポート課題の課題テーマは、レポート課題提出日前日までに提示することとする。 準備学習について【重要】 ・毎回授業前に、事前に指定された教材に基づいて、演習準備として「交渉分析シート」を作成することが求められる。

科 目 名	コーチング
担 当 者	片桐 多佳子
履 修 条 件	本講義は演習と実践に重点を置いているため、受講者が3名のステークホルダーに対して週に30分（合計90分）ずつコーチングを実践する時間を持つことを条件とします。
科目の目的 ・到達目標	（科目目的）講義と演習を通して基本的なコーチング技術を習得し、自らのリーダー開発、組織開発のヒントを得ることを目的とします。 （到達目標）学生がコーチングスキルを身に着け、3名程度のコーチング対象者（以下ステークホルダー）に対してコーチングの実践をすることで、ステークホルダー3名の意識や行動の変化、パフォーマンス向上の実現を到達目標とします。
概 要	コーチングは、相手の目標達成を実現するためのコミュニケーション技術の一つです。 現在、組織のマネジメントにおける人材開発手法として、多くの企業・組織が、人材開発、リーダー育成、組織開発のためにコーチングを導入しています。 本講義では、コーチングの基本哲学や、基本スキル「聞く」「質問」「タイプ分け」等、「教えない」「アドバイスも一切しない」コーチングのアプローチがなぜ相手の行動変容を促すのか、実践を通じて、体験的に学習していきます。
授 業 計 画	第1回 『コーチングとは』（株式会社コーチ・エィ 代表取締役社長 鈴木義幸） 第2回 コーチングの基本と実践① コーチングのベースとなる相手との「信頼関係をともに築く」とは 第3回 コーチングの基本と実践② コーチングの基本スキル「聞く」とは 第4回 コーチングの基本と実践③ コーチングの基本スキル「質問」とは 第5回 コーチングの基本と実践④ コーチングの基本の型「コーチングフロー」とは 第6回 コーチングの基本と実践⑤ コミュニケーションの「4つのタイプ」とは 第7回 コーチングの基本と実践⑥ 相手のタイプに合わせたコミュニケーションとは 第8回 コーチングの応用と実践① ステークホルダーへコーチング実践状況の共有、コーチングエクササイズの実践 第9回 コーチングの応用と実践② 相手の行動を促進するスキル「アクノレジメント」とは 第10回 コーチングの応用と実践③ ステークホルダーへのコーチング実践状況の共有、コーチングエクササイズの実践 第11回 コーチングの応用と実践④ 相手の行動を促進するスキル「フィードバック」とは 第12回 コーチングの応用と実践⑤ ステークホルダーへのコーチング実践状況の共有、コーチングエクササイズの実践 第13回 コーチングの応用と実践⑥ 相手の行動を促進するスキル「提案」「要望」とは 第14回 コーチングの応用と実践⑦ ファンデーションを整える 第15回 コーチングについてのまとめ、講義の解説、総評 （株）コーチ・エィは、100名以上のプロフェッショナルコーチが正社員として在籍する世界最大規模のコーチングファームです。講師の片桐は、大企業のCEOを中心に数百名のエグゼクティブコーチをしてきたプロフェッショナルコーチです。様々な企業のエグゼクティブコーチングや組織開発プロジェクトによって蓄積したデータ、メソッド、を講義に反映します。 担当講師 片桐多佳子 株式会社コーチ・エィ 執行役員（CBO） エグゼクティブコーチ ・アクティブラーニング要素について

	■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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	授業に対する態度、授業外の実践、レポートの提出の3つによる。 ・授業に対する態度（発言の自発性、エクササイズへの態度） 50% 発言の回数、エクササイズへの立候補、他学生への影響によって評価する ・授業外の実践 20% ステークホルダー3名に対してのコーチングの実践回数、及びステークホルダーの行動変容によって評価する ・レポートの提出 30% コーチングに関する理解度合い、相手の行動を促進する関わり方の考察度合いをもとに評価する。 ・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
テキスト・ 参考文献等	テキスト：なし 参考文献： 『この1冊ですべてわかる コーチングの基本』コーチ・エィ（著），鈴木 義幸（監修）（日本実業出版社、2009 年、ISBN 4534045832） 『コーチングの教科書』伊藤 守（アспект、2010 年、ISBN 4757217692） 『ひとりでも部下のいる人のための世界一シンプルなマネジメント術3分間コーチ』伊藤守（ディスカヴァー・トゥエンティワン、2008 年、ISBN 4887596251）
特 記 事 項	講義実施スケジュールについて ・第一週目（6月10日）の授業は第1回の講義のみ実施し、以降は毎週2回分の授業を実施する。最終週（7月29日）に第14回、第15回の授業を行うこととする。 教材配布の方法について ・授業開始前～履修申請期間はC plusの「講義照会」にアップロードをする。 ・履修確定後は「教材配布」に授業日の前日までにアップロードする。 授業外の活動について 授業の期間中は、毎週3名程度のステークホルダーに対して、週に30分（合計90分）程度のコーチングを実践する。進め方については、第2回の授業内で説明することとする。 準備学習について 上記「授業外の活動」に記載の通り、ステークホルダー（3名以上）へのコーチングの実践

科 目 名	グローバル経営戦略論
担 当 者	犬飼 知徳
履 修 条 件	「経営戦略論基礎」を履修済み（もしくは履修中）であること。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：グローバルに活動を行う企業の戦略の立案と実行について理解する。 到達目標：グローバル戦略の理論について理解し、それを自らの実践に結び付けて考えること。
概 要	この講義は、グローバルな経営戦略の考え方をシンプルに理解し、実際の戦略立案に役立てることを目的としている。この講義では、グローバル経営戦略についての素朴な疑問を理解するための理論やフレームワークを説明し、ケーススタディによって実際に使ってみることで理解の定着を目指す。
授 業 計 画	第1回 イン트로ダクション：日本企業のグローバル化の課題 第2回 ビジネスモデルと進出国の配置（レクチャー） 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） 第4回 グローバルな知識移転とリバーシ・イノベーション(レクチャー) 第5回 グローバルな知識移転とリバーシ・イノベーション（Case: 「第10章 インドで生まれて世界に広がった GE ヘルスケアの携帯型心電計」『リバーシ・イノベーション』） 第6回 サービス業のグローバル化（レクチャー） 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） 第8回 標準化と現地化のバランス（レクチャー） 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） 第10回 グローバル化とテクノロジーの進歩（Case: LINE のグローバル化） 第11回 グローバル化とテクノロジーの進歩（Case: LINE のグローバル化） 第12回 ゲスト・スピーカーのセッション（1） 第13回 ゲスト・スピーカーのセッション（2） 第14回 最終プレゼンテーション 第15回 最終プレゼンテーション ＊ケーススタディのケースは適宜タイムリーなものに更新するので、実際に用いるものは講義初回に配布もしくは紹介する予定である。 ・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、☐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 ■遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。
成績評価の 基準と方法	クラスへの貢献（発言と毎回の事前課題）50% 最終プレゼンテーション 30% 最終レポート 20%の配点で評価する。 ・＜評価基準＞ 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。 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 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☒授業時間内で講評・解説の時間を設ける ☐授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：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。 ゲマワット，パンカジ（2009 年）『コークの味は国ごとに違うべきか：ゲマワット教授の経営教室』文藝春秋 三浦・丸谷・犬飼（2017）『グローバル・マーケティング戦略』有斐閣。 参考文献：浅川和宏（2011 年）『グローバル R&D マネジメント』慶應義塾大学出版会 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
特記事項	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 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・毎回授業前に C plus にレジ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
担 当 者	池部 亮
履 修 条 件	授業内での積極的な発言や質問、個々の問題や事象について自身の意見を述べるができること。
科目の目的 ・到達目標	科目目的：東アジア諸国の経済発展の実態と特色、直面する課題を理解し、日本との関係に留まらず、アジア諸国同士の対外関係についても広い知識を身に着ける。特にグローバル企業のアジア展開の歴史や課題を理解する。 到達目標：東アジア諸国が直面する経済実態を理解し、日本企業にとってのアジアについて展望することができることを目標とする。
概 要	東アジア諸国の経済発展と日本とのビジネス関係の深化を主眼とする。講義の構成は、①アジア地域の主要国・地域における経済発展の過程と実態、②日本を含めた地域の経済統合の進展を学習し、③事例研究では具体的な企業のアジア展開の概要を紹介し、④講義の対象となる国・地域は、中国、香港、台湾、韓国、ASEAN 諸国、南西アジア諸国とする。
授 業 計 画	第1回 東南アジアの歴史と文化と社会の概況 1 第2回 東南アジアの歴史と文化と社会の概況 2 第3回 アジア地域に進出した日系企業が直面する課題 1 第4回 アジア地域に進出した日系企業が直面する課題 2 第5回 アジア地域の経済統合（ASEAN、RCEP、TPP など） 1 第6回 アジア地域の経済統合（ASEAN、RCEP、TPP など） 2 第7回 中国を軸とした国際分業の進展 1 第8回 中国を軸とした国際分業の進展 2 第9回 中国リスクの検証 1 第10回 中国リスクの検証 2 第11回 取引コストと異文化マネジメント 1 第12回 取引コストと異文化マネジメント 2 第13回 個別テーマ研究発表（1人10分）「アジア展開における展望」 1 第14回 個別テーマ研究発表（1人10分）「アジア展開における展望」 2 第15回 総括と展望のまとめ ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （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。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	出席率、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。 平常点 40%、研究発表 60%の配分とし、発言の加点は最大 20%とする。 研究発表では、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。 平常点では積極的な質問や発言を重視する。 ・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
テキスト・ 参考文献等	特定のテキストはない。授業ごとにレジメを配布する。 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 『分業するアジア』池部亮・藤江秀樹 日本貿易振興機構 2016 年 『東アジアの国際分業と「華越経済圏」』池部亮、新評論 2013 年 『ASEAN の多国籍企業』牛山隆一、文眞堂、2018 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。
特 記 事 項	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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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【重要】 ・毎回授業前に C plus に掲載するレジメに必ず目を通した上で出席すること。 ・各授業の復習取り組むこと。次回授業でいくつかのポイントを質問する。

科 目 名	異文化理解とその実践
担 当 者	市原 明日香
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	目的：異文化間理解の方法について、様々な事例や諸理論を理解し、教室内の疑似体験によって実践的に学ぶ。 目標：異なる文化や社会を背景とした個々人のコミュニケーションに焦点を当て、自らのコミュニケーション・スタイルを相対化して複眼的思考を養うことや、異文化間接触の現場で生じ得るコミュニケーション上の諸問題に対応するための知見を得ること。
概 要	多様な文化を背景とする者と共に働く国外での異文化間コミュニケーションだけでなく、国内においても外国人人材が流入し、外国人社員の人材育成が課題となっている。本講義では国際ビジネスの現場や国際組織、多文化共生社会で活躍することを目指す者を対象とし、多文化共生のための異文化理解の方法について具体的に検討していく。異文化と接する際に必要となる自己と他者のコミュニケーション・スタイルや非言語コミュニケーションの差異、ミス・コミュニケーションのパターンについて、事例と理論の両面から理解を深める。事例検討では実践知からの学びを重視し、エクササイズやシミュレーションを行う。その上で、文化的・社会的に慣習化された言語行動（verbal behavior）について議論する。理論面では、社会言語学を中心に、関連分野である文化人類学や応用言語学、第二言語習得の諸理論について適宜講義する。
授 業 計 画	第1回 異文化理解の諸理論（1） 第2回 ロールプレイ活動 第3回 異文化適応の諸理論 第4回 インタビュー活動 第5回 異文化シミュレーションゲーム（1） 第6回 異文化シミュレーションゲーム（2） 第7回 異文化理解の諸理論（2）文化相対主義とオリエンタリズム批判 第8回 バイアスの練習問題、カルチャーマップの事例分析 第9回 異文化間コミュニケーションの方法（1）D.I.E メソッド 第10回 異文化間コミュニケーションの方法（2）アサーティブコミュニケーション 第11回 異文化間コミュニケーションの方法（3）エポケー 第12回 異文化間コミュニケーションの方法（4）総合問題 第13回 ケーススタディ（1） 第14回 ケーススタディ（2） ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （2007年3月～現在、中央大学全学連携教育機構講師 外国人留学生および外国人社員への日本語教育、日本文化社会理解講座等を担当。日本語教育コンサルタント） ・アクティブ・ラーニング要素 ☒ディスカッション、☒グループワーク、☒プレゼンテーション、☐実習、☐フィールドワーク、☒その他（シミュレーションタスク・ロールプレイ） ③（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 ☒遠隔授業対応授業

成績評価の 基準と方法	授業活動の参加度と貢献度 10%、発表 30%、レポート課題 50%、リアクションペーパー10% ・評価基準は一般的な学会における論文の査読基準に則って行います。以下の項目を採点し合計点で評価します。 1) 主題の明確性；この講座の内容と十分に関連している主題か。 2) 理論やモデルの扱いの正確性；引用は正確になされているか。自己流の解釈をする前の段階として理論やモデルが正確に捉えられているか。 3) 事例の扱いの妥当性；事例の説明文は専門外の読者も理解可能か。図表を付記している場合は図表の妥当性。 4) 文章表現の論理性；文のねじれ、あいまいな文がなく、文と文のつながりが明晰で、段落分けが明確に書かれているか。 5) 論理の妥当性・主題から結論に至るまで論理の飛躍はないか。 6) 参考文献リスト；末尾の「参考文献リスト」に誤りやもれはないか。 ・課題（レポート）に対するフィードバックの方法 ☒授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	エリン・メイヤー『異文化理解力』英治出版，2015 年（Erin Meyer, The Culture Map: Decoding How People Think, Lead, and Get Things Done Across Cultures）
特 記 事 項	教材の配布の方法について ・クラス用の ML を作成し、C Plus アップロード情報等の連絡をする。 ・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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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【重要】 ・授業の最後に提示する課題に必ず取り組むこと。

科 目 名	新興国ビジネス戦略
担 当 者	丹沢 安治
履 修 条 件	ビジネスエコノミクスを履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：新興国における日本企業、日本企業と関係の深い企業の戦略について知見を得るとともに、独自の企業戦略策定の手法を身に着ける。 到達目標：新興国における企業の制度戦略を学習するとともに、特定のフィールドについて文献、インタビューから得られたデータを用いて、独自の戦略を策定する。
概 要	制度的な不備があり、異質な文化を持つ新興国での日本企業の戦略を、受講生の能動的な学習を促すフィールドラーニングの手法を用いて、検討する。本年は、モンゴル貿易開発銀行による寄付講座としてモンゴル国・地域をフィールドとして選び、モンゴル貿易開発銀行の協力を得つつ、ICTを活用しWEBを通じたインタビューを行い、具体的な戦略課題に応えるトレーニングを行う。昨年度は、トヨタ自動車のモンゴルにおけるディーラー（モンゴル資本）を選び、受講生とともに同社の戦略を考える。同時にプロジェクト研究での論文執筆の手法を学ぶことも意図している。
授 業 計 画	リフレクションレポートは、前回の講義、授業、講演、インタビューで得られたもの、疑問点を 5～10 行程度で翌週までに毎回提出、いくつかを次の授業開始時に取り上げ、フィードバックする。プレゼンテーションは、グループワークを予定している。 第1回 講義の概要紹介と質的データの扱い方（講義）非市場戦略とは何か：事例「トヨタ車ディーラー：ムンフハダ社ビジネスエコシステム戦略」（講義） 第2回 ゲストスピーカー「モンゴルの社会経済」 第3回 文献紹介とそのプレゼンテーション（ディスカッション）① 第4回 直接インタビュー「トヨタ自動車ディーラーの事業活動」WEB 第5回 コーディングとは？講義、GW 文献紹介とそのプレゼンテーション（ディスカッション）② 第6回 直接インタビュー「モンゴルの進出日系企業動向」WEB 第7回 コーディング宿題 第8回 直接インタビュー（清水武則元在モンゴル日本国特命全権大使（現中央大学商学部特任教授）「モンゴルの政治社会動向」リアル 第9回 コーディング宿題 第10回 現地担当者へのWEBインタビュー「モンゴルのマクロ経済動向」WEB 第11回 講演と文献からリサーチクエスションの設定（ディスカッション）データのコーディングから命題の導出・ディスカッション 第12回 直接インタビュー「モンゴルの金融業界動向」リアル参加、講演後モンゴルフィールドラーニング渡航者を参集した結団式 第13回 データのコーディング読み込み ひな形の提案対象フィールドにおける新興国ビジネス策定① 第14回 対象フィールドにおける新興国ビジネス策定② 補講：報告会あるいは成果発表大会にて報告 *コーディングは宿題で出す。 *報告会は成果発表大会に混ぜる。 ■ディスカッション、■グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、

	□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	リフレクションレポートにおいては、理解度と授業参加への積極性を評価する(20%)。最終的なプレゼンテーション作成過程での参加の積極性、提案した意見の重要性を評価する(40%)。データのコーディングなど授業中の作業への貢献度を評価する(40%)。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト： なし 参考文献： Adner/Kapoor (2010) “Value Creation in Innovation Ecosystems” Strategic Management Journal, Vol 31 Besanko,D./Dranove,D./Shanley,M./Schaefer,S.(2013), Economics of Strategy, 6th edition CHRISTENSEN,C.M./CARLILE,P.R. (2009) Course Research: Using the Case Method to Build and Teach Management Theory, Academy of Management Learning & Education, 2009, Vol. 8, No. 2, 240–251. ダウマ／シュルルダー（2007）『組織の経済学入門』、丹沢他訳、文真堂、2007 年 4 月 ネイルバフ B.J./ブランデンバーガーA.M. (1997) 『コーペティション経営』、嶋津祐一/東田啓作訳、1997 年 2 月、日本経済新聞社 ポーター,M./クラマー,M.R. (2011) 「経済的価値と社会的価値を同時実現する共通価値の戦略」、2011.06.01『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー』
特 記 事 項	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。アップロードした教材は予習してくる。 ・質問があれば指定したオフィスアワーに研究室に来室のこと。なお離席している場合もあるので、あらかじめメールにて連絡してください。 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには、テーマを提示することとする。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	イノベーションの実践
担 当 者	生稲 史彦
履 修 条 件	専門基礎科目と専門コアの主要科目を履修済みであること。
科目の目的 ・到達目標	(科目の目的) この講義の目的は、講義に参加した学生がイノベーションの実践者の話の中から、実践のキーポイントを発見的につかみ取ることである。 (到達目標) 講義の到達目標は 2 つある。第 1 は、イノベーションに関する実践知もしくはそのピースを獲得し、現実的な「勘どころ」をつかむことである。第 2 は、本講義で得られる情報や知見をきっかけにして、イノベーションの実践への履修者自身の関与を深め、勇気づけることである。
概 要	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。 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。 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。
授 業 計 画	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 第 2 回 イノベーションに関する導入的レクチャー 第 3 回 ゲスト A。 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 第 5 回 ゲスト B。 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 第 7 回 ゲスト C。 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 第 9 回 ゲスト D。 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 第11回 ゲスト E。 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 第13回 ゲスト F。 第14回 ゲスト F が提起したトピックに関するディスカッション 第15回 まとめのレクチャーと総括的ディスカッション ※講義内容は、受講人数、講義の進捗に応じて変わる可能性があります。

	・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 ■遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。
成績評価の 基準と方法	レポート、およびディスカッションでの発言頻度、内容による。 ・レポート: 30% 評価基準: 経営戦略についての考察の度合い、また独自の視点があるかを基準とする。 ・クラスへの貢献点: 70% 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を評価基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☒授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・ 参考文献等	テキスト (なし) 参考文献 榊原清則(2005)『イノベーションの収益化』有斐閣.
特 記 事 項	<教材配布の方法について> 毎回の授業で使用するまとまった教材といったものは、この授業については存在しない。 ただし、講義スケジュールの詳細や、ゲストスピーカーから提供された資料を C plus を通じて提供するので、履修者は予めその文書を受け取り、内容を確認しておくこと。 <準備学習について> 講義前に C plus で掲載されたレジュメ、資料に必ず目を通して上で出席すること。

科 目 名	技術開発マネジメント論
担 当 者	生稲 史彦
履 修 条 件	経営戦略論の基礎的な科目を履修済みであること。
科目の目的 ・到達目標	(科目の目的) この科目の目的は、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ことである。技術の開発もしくは調達に始まり、製品サービスの開発と事業化、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議論したい。 (到達目標) 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し、身につけることである。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ることである。第3に、技術マネジメントに関する検討を踏まえて、自分なりの戦略を構想し、実践する力を身につけることである。
概 要	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。 この科目では、技術の開発と活用に関わる戦略を構想し、実行する能力を涵養することを目指す。より具体的には、技術戦略に関する基本知識(概念と分析枠組み)を身につけ、それらを使って理解を深める。さらに、身につけた基礎知識を利用して、自社他社の技術戦略を読み解き、その妥当性を判断する分析力を身につける。最終的には、基礎知識と技術戦略の分析力を活かし、自社にとって望ましい技術戦略を構想する力を身につける。 これらの知識や能力を身につけるために、レクチャーと討議を組み合わせで行う。基本的に2回を1セットとし、1セットの半分をレクチャー、半分でケース討議やグループ討議などを行う。
授 業 計 画	第1回 イントロダクション、技術開発マネジメントの導入的議論 第2回 <ショート・プレゼンテーション> 自社、自業界における技術開発マネジメントの課題 第3回 技術を基盤とした競争優位の確立 第4回 <ケース・ディスカッション> 第5回 開発活動のマネジメント 第6回 <ケース・ディスカッション> 第7回 他社との競争と協調 第8回 <ケース・ディスカッション> 第9回 ICT の活用 第10回 <グループワーク> 我が社の ICT 活用とその課題 g 第11回 イノベーションの実現 第12回 <ケース・ディスカッション>

	第13回 ユーザの役割 第14回 柔軟なビジネスモデルの発想 ※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。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の基準と方法	レポート、およびディスカッションでの発言頻度、内容による。 ・レポート: 70% 評価基準: 経営戦略についての考察の度合い、また独自の視点があるかを基準とする。 ・クラスへの貢献点: 30% 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を評価基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	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. 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ー日本経済「失われた 20 年」を超える』新潮社.
特記事項	<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。 ・講義でケース分析を行う際には 1 週間前にはケースを配布するので、必ず事前に読んでくること。 <準備学習について> 毎回の講義前に C plus に掲載する講義資料に必ず目を通した上で出席すること。 講義中に提示する課題に必ず取り組むこと。

科 目 名	デジタル変革時代のサービス戦略
担 当 者	山本 秀男
履 修 条 件	「ICT ガバナンスと企業戦略」を履修していることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：情報通信コミュニケーション技術が、企業のバリューチェーン（Value Chain）や、企業と消費者のコミュニケーション手段としてどのように使われているかを理解し、デジタル変革時代に企業が提供するサービスを考える上で必要となる知識を身につける。 到達目標：情報通信のOSI参照モデルにおける下位レイヤーの技術やデータ処理技術の発展に対応して、上位レイヤーの情報流通プラットフォームビジネス、オンラインマーケティング、コンテンツ提供ビジネスなどの展開戦略を策定するための基礎的な手法を身につける。あわせて、最近のAI（人工知能）とIoT（Internet of Things）の急速な発展が既存のビジネスに与える影響についても論じることができるようになる。
概 要	インターネットを活用したビジネスの発展過程を概観し、現在のビジネス環境においてSNS、ビッグデータ、IoTなどを利用するビジネスの展開について考察し、GAFAN注）に代表されるデジタル大企業との競争・協調戦略に関する理解を深める。本科目では、最近のビジネス動向を追いかけるだけでなく、情報通信コミュニケーション技術の発展が企業活動や消費者に及ぼす影響を学び、将来の技術動向に対応した経営戦略に関する知見を深める。 注）Google, Apple, Facebook, Amazon.com の略称
授 業 計 画	第1回 講義の概要と紹介： 情報通信革命と経営環境の変化 第2回 情報の定義と使われ方 第3回 情報通信ネットワークの階層化の概念 第4回 インターネットの考え方 第5回 インターネットビジネスの成功要因 第6回 デジタル化による新しいビジネス提供価値 第7回 デジタル情報プラットフォームビジネス 第8回 フリーのビジネスモデルと今後 第9回 AI活用による業務・サービスの高度化 第10回 デジタル変革時代のAIの戦略的活用を考える 第11回 経営戦略とデジタルトランスフォーメーション 第12回 コンテンツ提供ビジネスの可能性 第13回 ソーシャルメディアマーケティングの概要 第14回 SNS活用実務(Instagram/Twitter/TikTok など) 第15回 デジタル変革時代の企業価値向上・総括 ・教員の実務経験の本授業への反映 1977年4月～2004年3月、日本電信電話公社およびNTTグループ企業において、研究開発、国際標準化活動、新規ビジネス立上げ、ICTシステム構築などを担当した。本授業では、NTT研究所、NTTコミュニケーションズおよびNTTデータでの実務経験を活かし、本授業の各テーマに対して理論と実務の両面から講義を行う。

	・アクティブ・ラーニング要素 ■プレゼンテーション、■ディスカッション、■グループワーク ・(ICT を活用した) 双方向授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□その他 ()
成績評価の基準と方法	・成績評価の基準 課題レポートの割合：70% (用語の定義や理解が適切か、論理的な記述になっているか、独自の視点があるかを評価基準とする) 授業貢献の割合：30% (プレゼンテーションの内容と態度、質問に対する応答、意見表明、他の受講生と協調して学ぶ態度、ミニットペーパー等の提出などを評価基準とする) ・課題レポートに対するフィードバックの方法 授業時間内に学生によるプレゼンテーションと解説の時間を設定する。
テキスト・参考文献等	テキスト：なし。毎回レジュメを配布する。 参考文献： Kenneth C. Laudon and Carol Guercio Traver: 『E-commerce: Business, Technology, Society』 (Prentice Hall College Div; 3rd edition Pearson Education International, 2006) 國領二郎『オープンアーキテクチャ戦略』 (ダイヤモンド社、1999) 青木利晴編著『効率化から価値創造へ』 (NTT 出版、2004) 今井賢一『創造的破壊とは何か 日本産業の 再挑戦』 (東洋経済新報社、2008) 情報処理学会歴史特別委員会『日本のコンピュータ史』 (オーム社、2010) 國領二郎『創発経営のプラットフォーム—協働の情報基盤づくり』 (日本経済新聞出版社、2011) オスターワルダー&ピニョール『ビジネスモデル・ジェネレーション』 翔泳社(2012) 中村伊知哉著『コンテンツと国家戦略 ーソフトパワーと日本再興 ソフトパワーと日本再興』 (角川書店、2013) T.ダベンポート『データ・アナリティクス 3.0 ビッグデータ超先進企業の挑戦』 日経 BP 社 (2014) エリック・ブリニョルフソン、アンドリュー・マカフィー『ザ・セカンド・マシン・エイジ』 (日経 BP 社、2015) サリム・イスマイル他『シンギュラリティ大学が教える飛躍する方法』 (日経 BP 社、2015) オスターワルダー他『バリュー・プロポジション・デザイン』 翔泳社(2015) マイケル・ウェイド他『対デジタル・デスクラプター戦略』 日本経済新聞社(2017) チャールズ・A. オライリー、マイケル・L. タッシュマン他『両利きの経営』 東洋経済新報社 (2019) J.ハスケル、S.ウェストレイク『無形資産が経済を支配する』 東洋経済新報社(2020) 平成 28 年度『情報通信白書』総務省編(2016) 平成 29 年度『情報通信白書』総務省編(2017) 平成 30 年度『情報通信白書』総務省編(2018) 令和元年度『情報通信白書』総務省編(2019) 令和 2 年度『情報通信白書』総務省編(2020)
特記事項	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 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・毎回授業前に C plus にレジ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	プログラムマネジメント
担 当 者	山本 秀男
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	目的：企業の経営戦略を実現するプロジェクト（特命業務）のマネジメントと実務上の課題を整理し、組織的にイノベーション活動を円滑に進めるための基本的な考え方を身につける。 目標：経営戦略と戦略プロジェクトを結びつけるプログラムの概念を理解し、組織の価値創造活動のマネジメントに関して事例を交えて論じることができることを目標とする。
概 要	プラント建設や資源開発プロジェクトは、明確な目標（実現機能・実行期間・費用など）のもとに開始されるが、新たなビジネスモデル構築や研究開発などのプロジェクト（価値創造活動）では、初期段階で大枠の方針のみしか与えられないことが多い。そのような大枠の方針しか与えられなかった場合、組織の戦略とプロジェクトの接続を図り、企業価値を高めるための施策を考えることからスタートしなければならない。プログラムは、プロジェクトの上位の概念であり、価値創造活動を3つのフェーズに分けている。初期段階（スキームモデル）では組織の「あるべき姿」と事業戦略から価値創造のためのシナリオと目標の設計を行う。第2段階（システムモデル）では初期段階で定めた目標をプロジェクトマネジメント手法に従って実現し、第3段階（サービスモデル）で、プログラム開始時点で想定した価値を獲得するための施策を実行する。本授業では、3段階のマネジメントプロセスを学び、リーダーシップと目標管理の両者を融合させたミドルマネジャーが身につけるべき能力について検討する。また、不確実な経営環境において商品の開発手法として注目され始めたアジャイル開発プロジェクトのマネジメントについても学ぶ。
授 業 計 画	第1回 講義の概要説明、プログラムマネジメントとは？ 第2回 プロジェクトマネジメント発展の歴史 第3回 PM標準対応のプロジェクトマネジメントの体系 第4回 プロジェクトの失敗事例を考える（ICTシステムを中心に） 第5回 課題解決型プロジェクトと価値創造型プロジェクト 第6回 イノベーションを支援するプロジェクトマネジメント 第7回 共創戦略のプログラムマネジメントの実践～ベンチャー企業による IoT イノベーションビジネス構築の事例～ 第8回 ビジネスモデル開発の進め方～事業コンセプト、ビジネスプロセスモデル、収益モデルの設計～ 第9回 プログラム遂行時のリスク管理の考え方 第10回 エコシステムを考慮したビジネスモデルの作成 第11回 国家プロジェクト・技術開発マネジメントへの適用 第12回 研究・技術開発の目標設定と人材育成 第13回 マンガケースによる討論「がんばれリーダー」 第14回 討論「プログラムマネジャーの育成と実践」・総括 ・教員の実務経験の反映 1977年4月～2004年3月、日本電信電話公社およびNTTグループ企業において、研究開発、人事・育成、国際標準化活動、新規ビジネス立上げ、ICTシステム構築などを担当した。

	本授業では、NTT 研究所、NTT アメリカ、NTT コミュニケーションズでの実務経験、ならびに、現在の国際 P2M 学会の活動を活かし、本授業の各回のテーマに対して理論と実務の両面から授業を行う。 ・アクティブ・ラーニング要素 ■プレゼンテーション、■ディスカッション、■グループワーク ・(ICT を活用した) 双方向授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□その他 ()
成績評価の基準と方法	・成績評価の基準 課題レポートの割合：70% (用語の定義や理解が適切か、論理的な記述になっているか、独自の視点があるかを評価基準とする) 授業貢献の割合：30% (プレゼンテーションの内容と態度、質問に対する応答、意見表明、他の受講生と協調して学ぶ態度、ミニットペーパー等の提出などを評価基準とする) ・課題レポートに対するフィードバックの方法 授業時間内に学生によるグループワークおよびプレゼンテーションと解説の時間を設定する。
テキスト・参考文献等	テキスト：なし。毎回の授業でレジュメを配布し参考資料を紹介する。 参考文献等： 小原重信編著『P2M プログラム&プロジェクトマネジメント標準ガイドブック』, PHP 研究所 (2003) S. Ohara and T. Asada: Edition “Japanese Project Management KPM-Innovation, Development and Improvement”, World Scientific Publishing, 2009 山本秀男「不確実な環境下の価値創造マネジメント」国際 P2M 学会論文誌, Vol.4, No.1, pp.17-26, 2009 A Guide to the Project Management Body of Knowledge Fifth Edition (PMBOK® Guide) (2013) A Guide to the Project Management Body of Knowledge Sixth Edition (PMBOK® Guide) (2017) 吉田邦夫・山本秀男編著『イノベーションを確実に遂行する 実践プログラムマネジメント』日刊工業新聞社 (2014) 亀山秀雄「科学技術イノベーションにおける価値創造プロセスと P2M」国際 P2M 学会論文誌, Vol.10, No.2, pp.193-204, 2016 亀山秀雄「ロジックモデルの歴史と P2M 理論への応用」P2M マガジン創刊号 No.1, pp.21-30, 2016 http://www.iap2m.org/p2m_magazineinfor.html P2M マガジン 1 号 http://www.iap2m.org/p2m_magazineinfor1.html、2 号 http://www.iap2m.org/p2m_magazineinfor.html 山本秀男「P2M 理論の拡張に関する考察 ～実践的設計論の導入～」国際 P2M 学会論文誌, Vol.13 No.2 pp. 26-45, 2019 山本秀男「Management of projects that involve people with different perceptions of what constitutes ‘value’ (邦題：多様な価値観の関係者が存在するプロジェクトのマネジメント)」国際 P2M 学会論文誌, Vol.14 No.1 pp.456-466, 2019
特記事項	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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。
--	--

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

	・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 公正取引委員会競争政策研究センターにおいて、ゲーム理論をもちいて独占禁止法の改正に携わった。 ・アクティブ・ラーニング要素 ■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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	レポートの割合：60% 評価基準：ゲーム理論で用いる概念の正確な理解と、その概念を適切に応用できるかを評価基準とする。 授業への貢献点の割合：40% 評価基準：授業への参加・貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）、ミニットペーパー等の提出を基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 □授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：天谷研一『ゲーム理論入門』（日本能率協会マネジメントセンター） 参考文献：ハーバート・ギンタス『ゲーム理論による社会科学の統合』（NTT 出版） ジョン・マクミラン『経営戦略のゲーム理論』（有斐閣） ジョン・マクミラン『市場を創る』（NTT 出版）
特 記 事 項	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 ・事前に前回の講義内容を復習しておく。 ・必ず問題意識を一つはもって講義に望むこと。

科 目 名	アライアンス戦略論
担 当 者	安田 洋史
履 修 条 件	「経営戦略論基礎」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：アライアンスおよび M&A の経営理論的な理解を深めるとともに具体的な実践手法を習得することを目的とする。 到達目標：アライアンスおよび M&A を軸にした経営戦略を立案し遂行できるようになることを到達目標とする。
概 要	企業経営において行われるアライアンスおよび M&A について理論および実践の両面から論じる。アライアンスおよび M&A の定義や理論的根拠を明確にしたうえで、具体的形態や分析のためのフレームワークを提示する。実践面からはアライアンスおよび M&A を進めるステップ、相手企業との交渉方法や取り決めるべき主要条件、成功に導くための留意点などを論じる。具体的な事例のケース分析を行うとともに、関連分野の研究論文も参照する。
授 業 計 画	第1回 イントロダクション： なぜ今、アライアンスか 第2回 アライアンスの定義と分類： アライアンスとは何か 第3回 アライアンスの理論： 企業はなぜアライアンスを行うのか 第4回 アライアンスの形態： どのような種類のアライアンスがあるか 第5回 アライアンス・マトリックス： アライアンスをどのように分析するか 第6回 戦略立案とパートナー選定： 最適な相手をどのように選ぶか 第7回 条件交渉とアライアンス契約書： パートナーと何を確認するか 第8回 ディスカッション(1) 第9回 アライアンス・ガバナンスの設計： パートナーをどのように統治するか 第10回 プロジェクト運営とアライアンス能力： アライアンスを成功させる力とは何か 第11回 アライアンスの終結と評価： アライアンスをどのように終えるか 第12回 ディスカッション(2) 第13回 合併会社（ジョイント・ベンチャー）： 強い絆をどのように作るか 第14回 M&A： M&A とアライアンスをどのように使い分けるか ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 1979年4月～2010年3月、株式会社東芝勤務。アライアンス・M&A の実務を担当。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	課題提出（2回）60%、平常点 40% 課題は主張の明確さ、主張の論理性、ドキュメントの Quality に基づき総合的に評価する。平常点は知見の提供、意見の表明、出席状況に基づき総合的に評価する。

	・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
テキスト・参考文献等	安田洋史 『新版 アライアンス戦略論』 （NTT 出版、2016 年）
特 記 事 項	■教材配布の方法について ・講義レジュメを各回授業開始時に配布する。 ■レポート・課題のテーマについて ・初回講義および適宜授業内で説明する。 ■準備学習について ・テキストの該当する章を参考にしてください。

科 目 名	ロジスティクス戦略論
担 当 者	加藤 弘貴
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：サプライチェーンの最適化を推進するための、企業間の協働・連携活動、データ交換・情報共有活動を含むロジスティクス戦略を理解することを目的とする。 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。
概 要	ロジスティクスの優劣は企業収益に影響し、近年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最適化・効率化に向けたロジスティクス戦略について、メーカー・卸売業・小売業の垂直連携・協働、物流ネットワーク設計、在庫管理、輸配送管理、情報システム、物流取引条件の各テーマごとに、主な論点を確認し、方策等をディスカッションしていく。ロジスティクスは実学であり、消費財分野の小売業、卸売業、メーカーの取組み事例を取り上げる。
授 業 計 画	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 消費財流通におけるメーカー・卸・小売の垂直連携 第3回 企業間協働によるサプライチェーンの最適化 第4回 サプライチェーン最適化に向けた取組事例 第5回 物流ネットワークにおける物流センターの配置 第6回 物流センターの機能タイプとオペレーション管理 第7回 需要変動と在庫の過不足、在庫管理の適正化 第8回 返品問題：発生理由と削減方策について 第9回 輸配送の効率化：頻度・ロット・リードタイム調整 第10回 輸配送の効率化に向けた取組事例 第11回 EDI の現状と課題、標準化の方向性と進め方 第12回 企業間の情報連携～需要データの情報共有 第13回 物流サービス・コストと取引条件 第14回 サプライチェーン最適化のための物流取引制度の設計 第15回 ロジスティクス事例研究のグループディスカッション ・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 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 ・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 ■遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。

成績評価の 基準と方法	各回の発言頻度や内容、課題報告（レポート等）の内容に基づく。 平常点 （70%） ー授業中の発言、ディスカッション・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 課題報告 （(30%） ー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 ・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
テキスト・ 参考文献等	参考文献： 『製・配・販連携協議会・報告資料』流通経済研究所 http://www.dsri.jp/forum/guide.html 『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)
特 記 事 項	教材配布の方法について ・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。 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。 ・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。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	アントレプレナーシップとベンチャービジネス
担 当 者	新藤 晴臣
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：本科目では、ベンチャービジネスとアントレプレナーシップの理論について考察することを目的とする。アントレプレナーシップは一般に「起業家活動」と訳され、アントレプレナー、起業機会、経営資源、事業コンセプトにより構成される。本科目ではこれら構成要素の論点を理解するほか、そのダイナミックな相互作用を学んでいく。 また本科目ではベンチャービジネスの多様性も紹介する。具体的には、大学発ベンチャーに代表される技術との関係、コーポレートベンチャリングに代表される大企業との関係も議論する。 到達目標：本講義は、以下の２点を到達目標とする。 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、アントレプレナーの経営課題とその対処について理解する。
概 要	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。
授 業 計 画	第1回 イントロダクション 第2回 アントレプレナーとは何か 第3回 ベンチャー企業とは何か 第4回 ケース1：アントレプレナーのケース1 第5回 ケース1：アントレプレナーのケース1 第6回 アントレプレナーシップとは何か（経済学的アプローチ） 第7回 アントレプレナーシップとは何か（経営学的アプローチ） 第8回 ケース2：アントレプレナーシップのケース1 第9回 ケース2：アントレプレナーシップのケース2 第10回 大学発ベンチャーと産学連携 第11回 バイオベンチャーとは何か 第12回 コーポレートベンチャリングとは何か 第13回 コーポレートベンチャリングの展開と企業成長 第14回 ケース3：コーポレートベンチャリングのケース1 第15回 ケース3：コーポレートベンチャリングのケース2 ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （2010年4月～2021年3月、大阪市立大学大学院都市経営研究科「アントレプレナーシップ論」担当） ・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

	ク、□その他（ ） ・（ICT を活用した）双方型授業の実施
成績評価の 基準と方法	成績評価は、①宿題及び課題（70%）、②授業内での発言（30%）により構成される。なお、評価方法の詳細については、以下の通りとなる。 ①宿題及び課題（70%） 宿題については、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。また課題については、授業の進捗に応じて適宜設定するが、その基準は、前述の宿題と同様となる。 ②授業内での発言（30%） 授業内での発言については、各回で授業内での発言を求め、その回答に対して一定の「ポイント」を付与する。「ポイント」については、授業期間終了時に集計を行い、30点を最大値とする形で点数に反映させる。 ・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
テキスト・ 参考文献等	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） 参考文献：『アントレプレナーシップ』 ウィリアム・バイグレイブ、アンドリュー・ザカラキス著 高橋徳行・田代泰久・鈴木正明訳（日経BP社、2009年） 『ハイテク・スタートアップの経営戦略』 田路則子・露木恵美子編（東洋経済新報社、2010年）
特記事項	教材の配布の方法について ・テキスト以外の配布資料は、C plus で配布を行う。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・ケースの課題は、授業内で指示する。 準備学習について ・授業で提示する課題を必ず取り組むこと。 ・理論の詳細は講義で説明するが、テキストをある程度、事前に読んでおくことが望ましい。

科 目 名	中小企業論
担 当 者	鹿住 倫世
履 修 条 件	必須ではないが、経営戦略、マーケティングに関する科目を履修していることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目目的：日本の法人、個人事業の99.7%を占める中小企業について、経営の特徴や課題、成長・発展の要因、中小企業政策について、実際の企業事例を通じて学修し、理解する。 到達目標：中小企業の経営戦略、マーケティング、労務管理・人材育成、研究開発、事業承継、財務・会計等に関する大企業との相違を理解し、中小企業経営者および中小企業支援者に必要な知識を修得する。
概 要	一般に「経営戦略論」や「マーケティング論」、「人的資源管理論」で論じられているのは、大企業における経営戦略等である。しかし、人材や資金が少ない中小企業においては、それらをそのまま適用することはできない。この授業では、実際の中小企業の事例を題材に、制約を克服して成長する中小企業の経営の特徴、課題について学ぶ。特に、ほとんどが同族経営、ファミリービジネスである中小企業のコーポレートガバナンスや事業承継についても理解を深める。
授 業 計 画	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 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 第3回 中小企業の経営戦略とマーケティング 第4回 中小企業のグローバル展開 第5回 中小企業の技術と研究開発 第6回 中小企業のケース研究1 第7回 中小企業の人的資源管理 第8回 ファミリービジネスとコーポレートガバナンス 第9回 事業承継 第10回 中小企業のケース研究2 第11回 中小企業の財務 第12回 中小企業の組織化と連携 第13回 中小企業政策の変遷と体系 第14回 中小企業政策の活用 第15回 中小企業に関する最近のトピックス、まとめと振り返り ・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。） ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□その他（ ） ・（ICTを活用した）双方型授業の実施なし
成績評価の 基準と方法	評価はレポートおよび授業中の発表やディスカッションへの参加度による。 ・レポート 70% 評価基準：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、考察における独自の視点の有無

	・授業への参加度 30% 評価基準：課題の発表、授業への貢献度 ・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 □授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：なし。毎回、レジュメを配布する。 参考文献： 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
特記事項	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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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【重要】 ・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。 ・発表を担当する課題について、必ず取り組むこと。発表を担当しない場合も、当該テーマについて参考資料やウェブサイトなどを参照しておくこと。

科 目 名	ヘルスケアビジネス入門
担 当 者	真野 俊樹
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	(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。 (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。
概 要	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。 講義内では議論を多く行い、課題の解決策を見つける。
授 業 計 画	第1回：自己紹介、医療制度概要 第2回：医療制度詳細 第3回：海外の医療との比較概要 第4回：海外の医療との比較詳細 第5回：病院経営概要 外部講師 第6回：病院経営詳細 外部講師 第7回：医療経済学概要 第8回：医療マーケティング概要 外部講師 第9回：医療マーケティング詳細 外部講師 第10回：学生に与えた課題発表（1） 第11回：学生に与えた課題発表（2） 第12回：学生に与えた課題発表（3） 第13回：学生に与えた課題発表（4） 第14回：学生に与えた課題発表（5） 第15回：全体総括 ・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。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。

成績評価の 基準と方法	授業参加（50%）、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） 個人発表（50%）授業時間内で講評・解説の時間を設け課題設定や要点のまとめ方を評価 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：はじめての医療経営論（有斐閣） 参考文献：「入門医療経済学」（中公新書）、「入門医療政策」（中公新書）、「医療が日本の主力商品になる」（ディスカバー携書）、「比較医療政策」（ミネルバ書房）、「医療経済学で読み解く医療のモンダイ」（医学書院）、日本の医療、くらべてみたら 10 勝 5 敗 3 分けで世界一（講談社+α 新書）
特 記 事 項	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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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 に掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること。 ・課題に必ず取り組むこと。

科 目 名	高齢社会ビジネス
担 当 者	真野 俊樹
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	（目的）超高齢社会を迎え、それをいかに解決していくかを考える。 （到達目標）本講義では、世界に例を見ない超高齢社会において、解決策は難しいが、どのようなビジネスが求められているのかを模索してみたい。そして、その端緒を思いつくようにしたい。
概 要	超高齢社会を迎え、高齢者の生活もすべて包含していこうという趣旨のもとで地域包括ケアの概念が厚生労働省から提唱され今や国策となった。見方を変えれば、医療分野はコアの国民医療費の部分のみで 40 兆円超、周辺を入れればその 2 倍にもなろうかという巨大な産業分野になっている。介護分野ももはや 10 兆円産業である。一方、生産年齢減少に伴い健康経営が注目され、高齢者も勤労を継続するという流れになってきている。また、高齢者のニーズにこたえ新たな市場を創出するという試みもなされている。その概要を模索する。
授 業 計 画	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：課題図書 エイジノミクスで日本は甦る について考えるワークショップ 第 4 回：課題図書 エイジノミクスで日本は甦る について議論 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：学生に与えた課題発表（1） 第10回：学生に与えた課題発表（2） 第11回：学生に与えた課題発表（3） 第12回：学生に与えた課題発表（4） 第13回：学生に与えた課題発表（5） 第14回：学生に与えた課題発表（6） 第15回：総括 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。 ・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 ☒遠隔授業対応授業
成績評価の 基準と方法	授業参加（50%）：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）を評価 個人発表（50%）：授業時間内で講評・解説の時間を設け課題設定や要点のまとめ方を評価 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける

	□授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト「エイジノミクスで日本は甦る」(NHK 出版新書) 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)
特 記 事 項	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。 書籍(エイジノミクスで日本は甦る、がんで死ぬ県 死なない県)は各自購入 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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
担 当 者	真野 俊樹
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	(科目の目的) 事例をとおして医療業界を解きほぐしながら、ビジネスとしての医療を学び、現業の改善や新たなチャンスを探る機会とする。 (到達目標) 医療経営や医療関連産業に携わるための実践的な能力を育成する。
概 要	医療分野はコアの国民医療費の部分のみで 40 兆円超、周辺を入れればその 2 倍にもなろうかという巨大な産業分野になっている。介護分野ももはや 10 兆円産業である。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	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：健康経営について考えるワークショップ 第12回：健康経営について議論 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） 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、課題の解決策を見つける。 ・アクティブ・ラーニング要素 ☒ディスカッション、☒グループワーク、☒プレゼンテーション、☐実習、☐フィールドワーク、☐PBL（課題解決型学習）、☐反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式）、☐ディベート、☐その他（ ）、☐実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。
成績評価の 基準と方法	授業参加（50%）：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）を評価 個人発表（50%）：授業時間内で講評・解説の時間を設け、課題設定や要点のまとめ方を評価 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける

	□授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	特になし
特 記 事 項	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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・ 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 に掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること。 ・ 授業の最後に提示する課題に必ず取り組むこと。

科 目 名	Strategic Management and Global Leadership
担 当 者	木村 剛
履 修 条 件	Highly preferred that you have already taken 「経営戦略論基礎」.
科目の目的 ・到達目標	目的： This course aims to introduce you to what strategic management means, and to lead you through the steps of strategic thinking by means of analytical discussions of the real business practices. Leadership in the strategic management process will also be discussed. 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.
概 要	Can you explain what “strategic management” is in your own words? This course focuses on some of the important issues in strategic management. It provides a big picture that integrates your own business experiences and knowledge gained from previous courses. This course covers not only strategy formulation to adopt to rapidly changing environments but also strategy implementation and its management. This course will use a combination of case studies and lectures. Lectures and discussions are conducted in basic English. 「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）。
授 業 計 画	Class 1: Introduction Class 2: Strategic Management vs. Management Strategy Class 3: Strategic Management Cycle Class 4: Strategic Management & Leadership Class 5: Strategy Formulation: External Environment Analysis Class 6: Strategy Formulation: Internal Environment Analysis Class 7: Strategy Formulation: Integrated Analysis & Strategic Options Class 8: Business Growth Strategy Class 9: Strategy Implementation and Its Management Class 10: Business Model Conversion to Adapt to the Changing Environments Class 11: Project Work Presentation Class 12: Project Work Presentation & Discussion Class 13: Comprehensive Discussions Class 14: Course Summary

	・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。 ・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 ・（ICT を活用した）双方向授業の実施なし
成績評価の基準と方法	Class participation 40%, Weekly assignment: 20%, Project Presentation 30%, Final paper: 10% Final paper は Project Presentation をレポートにまとめる。その評価基準は、当該企業の現状分析 50%、将来に向けた提言 50%とする。 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。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	テキスト：No textbook required. Handouts will be provided. 参考文献： 1. Strategic Management: Concepts: Competitiveness and Globalization, 11th Edition (2014), 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 (1.の訳書) 3. 戦略経営論 (2010), Garth Saloner, Joel Podolny, Andrea Shepard, 石倉洋子 (翻訳), 東洋経済新報社 4. 経営戦略の思考法 (2009), 沼上 幹 (著), 日本経済新聞出版社
特記事項	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。 準備学習について You are expected to be well prepared in each class. ・次週の授業への準備の意味も含め、毎週、課題ペーパーの提出が求められます。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

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

	<双方向型授業の実施> ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	・ 3回程度の課題レポート（10%×3回＝30%） <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 ・ 最終課題のレポート（60%） <評価基準> 1) 参入するサブマーケットの成長性や規模は適切か？データは十分か？ 2) 顧客価値は何か？他のブランドと差別化されているか？ 3) 価格は適切か？（プライシング） 4) 需要予測は適格か？利益は十分か？ 5) 知名、配荷、トライアル、リピート獲得のためにマーケティング計画が適切か？ ・ 授業への貢献度（10%） <評価基準>授業中の発言、グループワークにおける貢献度、ミニッツペーパーの提出 ・ 課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ●授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・ 参考文献等	テキスト：『New Products Management』C. M. Crawford / C. A. Di Benedetto (McGRAW-HILL INTERNATIONAL EDITION 2015)なし 参考文献：『新製品マーケティング』中村博（中央経済社、2001年） 『新製品開発』朝野熙彦、山中正彦（有斐閣アルマ、2005年）
特記事項	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。 ・ 教材は遅くとも授業2日前までにアップロードする。 課題テーマの提示について ・ 3回の課題レポートは、課題を6日前に提示し、授業日前日までにポータルに提出する。 最終課題テーマは5週間前に提示し、グループワークをしながら作成し、グループで報告する。その後、報告資料にもとづいて個人でレポートを作成し提出する。 ・ 予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	カスタマー・リレーションシップ・マネジメント
担 当 者	椎名 昌彦
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：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活用などのケースを分析し、様々なタイプの新規顧客の獲得と維持戦略（CRM）の習得を行う。 到達目標：顧客の購買前・購買・購買後のジャーニーを把握し、ブランド、店舗、サービスのCRMの戦略及び戦術を提案できるようにすることを目標とする。
概 要	通販業を中心に、サービス業やB to Bも含めたCRM戦略についてのケース分析を検討する。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、メーカーの立場から消費者と直接つながるダイレクト・マーケティングやサブスクリプション・プログラムのケースについて検討する。
授 業 計 画	第1回&2回 はじめに、CRMの概論、背景、効果について 第3回&4回 顧客獲得からロイヤル顧客育成まで。事例を交えて（後半ディスカッション） 第5回&6回 インタラクティブマーケティングとCRM（後半ディスカッション） 第7回&8回 顧客セグメントと戦略アプローチ（後半ディスカッション） 第9回&10回 企業事例から見た課題タイプ別CRM（後半ディスカッション） 第11回&12回 カスタマーボイスの活用と顧客の組織化（後半ディスカッション） 第13回&14回 CRMの最新動向（後半ディスカッション） 第15回 最終課題発表&講評 ・教員の実務経験と授業との関連性について （1979年4月～株式会社電通勤務、マーケティング及びダイレクトマーケティング、通販領域において、獲得、CRM等の業務を担務。2011年11月～（一社）日本ダイレクトメール協会専務理事として執筆、講演活動など） ・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、□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 ・（ICTを活用した）双方型授業の実施なし
成績評価の 基準と方法	●2回程度の課題レポート（15%×2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 ●最終課題のグループワーク発表と個人レポート（60%） 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？

	●授業への貢献度（10%） 1）授業中の発言、ディスカッションにおける貢献度、ミニツツペーパーの提出 ●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 1）授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・参考文献等	テキスト：各回ごとにテキストとなる資料を配布 参考文献：随時紹介する
特記事項	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。 ・教材は遅くとも授業2日前までにアップロードする。 課題テーマの提示について ・3回の課題レポートは、課題を6日前に提示し、授業日前日までにポータルに提出する。 ・最終課題テーマは5週間前に提示し、グループワークをしながら作成し、グループで報告する。その後、報告資料にもとづいて個人でレポートを作成し提出する。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	マーケティング・リサーチ
担 当 者	土田 尚弘
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	(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。 (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。
概 要	この授業では、講義と実習を通じて、マーケティング・リサーチに関する実践的なスキルを習得していきます。マーケティング・リサーチを実践的に利用するには、そのプロセスの理解と、収集と解釈面で客観的にデータに接することが重要になります。そのために、講義形式による理論的な学習に加えて、実際にデータに接してディスカッションをする、さらにはグループワークによる実習を通じて、リサーチについて学習していきます。 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。
授 業 計 画	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 マクロ環境分析 第5回 インタビュー調査の実践 第6回 リサーチ結果の解釈 第7回 基礎集計 第8回 統計分析 第9回 リサーチ実習①企画 第10回 リサーチ実習②調査票作成 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結果の報告とディスカッション 第14回 リサーチ・データを使ったアイデア発想ワークショップ 第15回 ディスカッション形式による講義の総括 ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について

	株式会社日本リサーチセンターにて 10 年間（2011 年 4 月～2021 年 3 月）、マーケティングリサーチの実務に携わっていました。 ・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 ■遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。
成績評価の基準と方法	レポートとミニットペーパー：50% 講義の際には、毎回レポート、またはミニットペーパー（授業内の簡易レポート）が課されます。授業内容の理解度と、実践的に考察できているか、また独自の視点があるかを評価対象とします。 グループワークによるリサーチ実習：30% 実際に WEB 調査でマーケティング・リサーチをグループワークで行います。仮説の設定や調査票の作成の点で適切かどうか、またデータを丁寧に分析できているかなどを評価対象とします。 授業への貢献：20% 授業への参加意欲（発言や行動力）やポジティブな態度を評価対象とします。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☒授業時間内で講評・解説の時間を設ける ☐授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：なし 参考文献： 中野 崇（2018）『マーケティングリサーチとデータ分析の基本』すばる舎 岸川 茂（編著）（2016）『マーケティング・リサーチの基本』日本実業出版社 朝野 熙彦（編著）（2011）『アンケート調査入門－失敗しない顧客情報の読み方・まとめ方』東京図書
特記事項	（１）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」で授業日の３日前までに配布する。 ・講義時に配布する教材もある。 （２）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。 （３）準備学習について ・ディスカッション課題を講義時に提示するので、指示された方法で準備すること。

科 目 名	マーケティング・コミュニケーション
担 当 者	田中 洋
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：マーケティング・コミュニケーション戦略の諸理論と実務を学習する。 到達目標：マーケティングマネージャーとしてコミュニケーション戦略のマネジメントができる。
概 要	マーケティングコミュニケーション（MC）の戦略を学ぶ。本講義では従来の広告論領域をカバーしつつ、ブランドコミュニケーション、経験マーケティング、顧客インサイト、統合マーケティング、などの新しい考え方も導入される。講義パートでは重要な理論を学習し、発表パートで課題に基づいて各グループから準備してきた内容を発表する。MC 戦略計画をグループ毎に自ら企画するのがこの講義の特徴である。
授 業 計 画	第1回 マーケティングコミュニケーション（MC）とは何か。 第2回 マーケティング計画とコミュニケーション戦略 第3回 MC と企業組織 第4回 MC 計画 第5回 MC 戦略の立案 第6回 消費者行動と MC 第7回 表現計画 第8回 媒体計画 第9回 ブランドと MC 第10回 MC 効果の測定 第11回 MC と法規・規制 第12回 グローバル MC 活動 第13回 課題研究 第14回 最終グループプレゼンテーション 第15回 講義の総括 ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （1975年4月～1996年3月、株式会社電通勤務、1996年4月～現在 種々の企業への戦略アドバイス、講演、研修、社外役員等） ・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、☒k 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 ☒遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。
成績評価の 基準と方法	講義貢献点（30%）（講義の参加態度、質問と答えの量と質など）とプロジェクト成果（70%）（分析の深さ、提案内容など）によって評価する。達成基準：基本的理論と用語を理解し、使えるようにする。ほかに、予習レポートの提出で、ボーナス点を加味する。

	グループワークのアウトプットは、グループワークへの貢献点を加味する。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☒授業時間内で講評・解説の時間を設ける ☐授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：『現代広告論』岸志津江、田中洋、嶋村和恵著。（有斐閣、2017 年）（2008 年版は使用しないでください） 参考文献： 『ブランド戦略論』（田中洋、有斐閣、2017 年） 『広告心理』仁科貞文、田中洋、丸岡吉人著（電通、2007 年）
特記事項	講義においてはテキストと配布資料を中心に進行する。 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。 ・講義中に紙で資料を配布する場合があります。 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こととする。 ■準備学習：講義資料で示されたキーワードについて事前に予習を励行してください。予習レポートをポータルにアップした場合は、ボーナス点を進呈することがあります。

科 目 名	ヘルスケアマーケティング
担 当 者	真野 俊樹
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	(科目の目的) 医療業界を解きほぐしながら、医療マーケティングを学び、現業の改善や新たなチャンスを探る機会とする。医療経営や医療関連産業に携わるための能力を育成する。 (到達目標) 医療マーケティングの考え方を通して医療界への改革を提案できること。また、アジアの変化を学びグローバルな考え方を身に付けること。
概 要	2010年にロイター通信が報じた「医療制度に関する満足度調査」によると、日本人の医療満足度は15パーセントで、これは世界の先進・新興22カ国中、最下位であった。ちなみにトップは、スウェーデンの満足度75パーセントである。しかし一方、国民が不信感をつのらせる日本の医療だが、客観的データで諸外国と比較すると、なかなかどうして優れている。一例をあげると、大腸がんの5年生存率。これはまぎれもなく日本の成績が世界一である。高い5年生存率を誇るのは、大腸がんばかりではない。胃がんも肺がんも肝がんも、日本は世界トップクラスの水準である。このギャップにヘルスケアマーケティングの考え方が乏しいことが理由の一つとして考えられる。真野は2000年代初めから、ヘルスケア業界にマーケティングの考え方が重要だと説き、「医療マーケティング」「医療マーケティング（実践編）」などを著わしてきた。本講義はそれらの考え方に基づき、ヘルスケアにおけるマーケティングの在り方を考えたい。
授 業 計 画	第1回：自己紹介、ヘルスケアマーケティング概要 第2回：ヘルスケアマーケティング詳細 第3回：外部講師 経済産業省の取り組み概論 第4回：外部講師 経済産業省の取り組み詳細 第5回：外部講師 病院広報概論 第6回：外部講師 病院広報詳細 第7回：ケース：ショーダイス病院（HBS ケース）課題抽出 第8回：ケース：ショーダイス病院（HBS ケース）課題議論 第9回：アジアでの消費の課題の抽出（1）（消費大陸アジア：巨大市場を読みとくを読んで） 第10回：アジアでの消費の課題の議論（2） 第11回：学生に与えた課題発表（1） 第12回：学生に与えた課題発表（2） 第13回：学生に与えた課題発表（3） 第14回：学生に与えた課題発表（4） 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。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	授業参加（50%）：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）を評価 個人発表（50%）：授業時間内で講評・解説の時間を設け課題設定や要点のまとめ方を評価 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト「消費大陸アジア：巨大市場を読みとく」（ちくま新書） 参考文献「新版 医療マーケティング」（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）
特 記 事 項	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。 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 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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 に掲載するレジュメに必ず目を通して上で出席すること。 ・課題に必ず取り組むこと。

科 目 名	マーケティング特別研究（B t o Bマーケティング）
担 当 者	庭山 一郎
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	【科目の目的】 BtoB マーケティングの概論、フレームワークなどを学びながら、それを実際にどのように現場で運用していくかを指導し、企業のマーケティングマネージャーのスキルを身につけることを目的とする。 【到達目標】 1. BtoB マーケティングの基本的フレームワークを理解する 2. 欧米と日本との BtoB マーケティングでの違いを理解する 3. 自社製品（サービス）のマーケティングの基本設計が出来る 4. マーケティングツールの選定についてファシリテーションが出来る
概 要	マーケティング先進国である米国から 15 年以上遅れている日本の BtoB マーケティングが世界に追いつくためには、企業内でマーケティングを担当する人材を、理論と実務の両面をバランス良く育成しなければならない。 本講義では、BtoB マーケティングの概論、フレームワークなどを学びながら、それを実際にどのように企業の現場で運用していくかを指導し、企業のマーケティングマネージャーのスキルを身につけることを目的とする。
授 業 計 画	1. イントロダクション BtoB マーケティングの DX、欧米とのギャップ 2. BtoB の STP と 3D セグメンテーション 3. STP に関するケーススタディ 4. マーケティング近視眼 5. マーケティング近視眼に関するケーススタディ 6. イノベータ理論とホールプロダクトそしてキャズム 7. ホールプロダクトに関するケーススタディ 8. アンゾフマトリクスとデマンドセンター 9. アンゾフマトリクスに関するケーススタディ 10. デマンドウォーターフォールとマーケティングの基本設計 11. BtoB マーケティングの基本設計に関するケーススタディ 12. BtoB マーケティングのツール群、CRM、SFA、MA（マーケティングオートメーション） 13. ツールの選定と運用に関するケーススタディ 14. ABM の理論と実践 15. BtoB マーケティング部門のマネジメントと進化 ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 1990 年～現在 シンフォニーマーケティング株式会社 代表取締役 ※授業項目は、全て実務でサービス提供しているものです ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	【1】授業への参加：40% 出席率、欠席の時の課題提出 【2】授業への貢献度：60% 積極性、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、ミニットペーパー等の提出状況等） ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	<テキスト> 「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 『キャズム』ジェフリー・ムーア著（翔泳社：2002 年） 『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） 『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 B P 社：2016 年） <参考> 『BtoB マーケティング偏差値 UP』庭山一郎著（日経 BP 社：2020 年） 『サラサラ読めるのにジワッとしみる「マーケティング」のきほん』庭山一郎著（翔泳社：2014 年） 『ノヤン先生のマーケティング学』庭山一郎著（翔泳社：2014 年）
特 記 事 項	教材の配布の方法について ・書籍以外をテキストとする講義は、当日にテキストを配布する。 準備学習について【重要】 ・講義履修前に、以下書籍を読んでおくこと。 『サラサラ読めるのにジワッとしみる「マーケティング」のきほん』庭山一郎著（翔泳社：2014 年） 『ノヤン先生のマーケティング学』庭山一郎著（翔泳社：2014 年） ・各講義の前にその回のテキストに使用する書籍を読んでおくこと。

科 目 名	業種別人的資源管理/人材サービス業論
担 当 者	佐藤 博樹, 松浦 民恵, 大木 栄一, 中村 天江
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	(科目の目的) 人材サービス業の社会的機能と企業の人材活用における人材サービス業の役割を学ぶこと。 (到達目標) 人事担当者や管理職が、企業や職場での人材サービス業の合理的な活用方法を理解すること。
概 要	本講義では、派遣、紹介、請負の3つの人材サービス業を取り上げて、それぞれの事業の社会的機能を紹介、分析するとともに、人材サービス業のユーザーである企業の人材活用との関係を明らかにする。本授業は4名の講師が分担して担当する。
授 業 計 画	(オリエンテーション) 佐藤博樹 ●第1回・第2回 企業の人材活用と人材ビジネスの役割 参考資料として配布する「2030年の労働市場と人材サービス産業の役割」を利用して、講義を行う。 (派遣事業) 松浦民恵 ●授業概要(4回通して) 派遣システムの意義とは何なのか。本授業では、派遣規制の変遷及びその背景にある考え方や環境の変化、派遣社員のキャリア形成の現状と課題、海外の派遣規制について理解したうえで、派遣システムが果たしてきた役割、今後求められる方向性について、複眼的な観点から考える。 第5回 派遣① 派遣システムの起源と派遣特殊的な枠組み 第6回 派遣② 派遣規制(2012年・2015年改正派遣法を中心に)の背景とポイント 第9回 派遣③ 派遣社員の均衡規制(2018年改正派遣法)、海外の雇用システムと派遣規制 第10回 派遣④ 派遣システムの意義と方向性 (紹介事業) 中村天江 ●授業概要(4回通して) コロナ禍により、企業の人材整理が目立つようになった。その一方で、DXやグローバルの人材の獲得競争は厳しいままだ。稀少な人材を採用するだけでなく、企業を辞める人材のキャリアもサポートしている職業紹介の仕組みについて、海外調査の結果などを用いながら、考えていく。 第3回 企業の人材採用① 雇用システムの変容と企業の人材獲得 第4回 企業の人材採用② 日本の採用、欧米の採用 第11回 職業紹介③ 職業紹介の仕組み ―人材輩出と人材獲得― 第12回 職業紹介④ 「人による紹介」はテクノロジーでどう変わるのか? (請負事業) 大木栄一 ●授業概要(4回を通して)

	請負社員と個人請負（個人への業務委託）の活用について解説します。業務請負は労働者派遣と似ていますが、就労先が業務上の指揮命令権をもたないという大きな違いがあり、近年、製造現場で比較的多く活用されている形態です。また、個人請負は最近様々な分野で活用が拡大しています。 第7回 請負①労働者派遣と業務請負のちがい 第8回 請負②製造現場での請負社員の活用 第13回 請負③「個人請負」という働き方 第14回 請負④「個人請負」の活用 ●第15回 総括討議 佐藤博樹 ・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 ■遠隔授業対応授業
成績評価の基準と方法	・成績評価の方法・基準の明示 課題レポートは、派遣、紹介、請負の各教員から提示するテーマのうち1つを選択してレポートを作成することになる。 課題レポート（70%）、議論への発言・貢献（30%）による。 ・課題レポート：文献をしている場合は、指定された論文についての理解度、レポートの構成力、独自の時点があるか、等を基準とする。 ・授業への貢献：授業内で実施するプレゼンテーション、授業への参加度における他の学生との協調、等を基準とする。 ・授業中の課題がある場合のフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける。
テキスト・参考文献等	●参考文献 主に派遣事業 佐藤博樹・佐野嘉秀・堀田聡子編著(2010)『実証研究 日本の人材ビジネス』日本経済新聞出版社。 松浦民恵（2014）「派遣労働の『将来』のために必要な議論～望ましい間接雇用に向けて～」『労働調査』（労働調査協議会）526号、22～26頁。 佐藤博樹・大木栄一（2014）『人材サービス産業の新しい役割－就業機会とキャリアの質向上のために』有斐閣。 島貫智行（2017）『派遣労働という働き方－市場と組織の間隙』有斐閣。 主に請負事業 佐野嘉秀・佐藤博樹・大木栄一（2012）「個人請負就業者の「労働者性」と就業選択－個人請負の働き方への志向と教育訓練機会に着目して」『日本労働研究雑誌』NO.624。 佐藤博樹編（2008）『パート・契約・派遣・請負の人材活用（第2版）』日本経済新聞出版社。 佐藤博樹・佐藤厚（2012）『仕事の社会学（改訂版）』有斐閣。 連合総合生活開発研究所（2017）『働き方の多様化と法的保護のあり方－「曖昧な雇用関係」の実態と課題に関する調査研究報告書』。 主に紹介事業

	中村天江（2020）『採用の戦略』慶應義塾大学出版会。 リクルートワークス研究所（2020）「マルチリレーション社会 ―多様なつながりを尊重し関係性の質を重視する社会―」https://www.works-i.com/project/nextgeneration.html。 リクルートワークス研究所「アジアの「働く」を解析する」 http://www.works-i.com/pdf/s_000242.pdf。
特 記 事 項	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。 ・予習・復習等の準備学習について ■授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に目を通した上で出席すること。提示された課題に取り組むこと。

科 目 名	キャリア管理論
担 当 者	荻野 勝彦
履 修 条 件	特にありません。人事関連業務の経験がなくても履修できます。
科目の目的 ・到達目標	<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。 <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。
概 要	多くの人々にとって、自身のキャリアは最大の関心事のひとつであり、企業にとっても働く人のキャリアは重要な経営課題です。双方の意図や資源配分などが必ずしも一致せず、環境変化とともに変化もする中で、キャリアをいかにマネージしていくのか、人事管理・労働市場の実情や代表的なキャリア理論、実践事例などをふまえて考えていきます。
授 業 計 画	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：克蘭ボルツ、シャイン 第5回 キャリア管理の心理学・社会学 第6回 国産のキャリア理論 第7回 非認知能力とキャリア 第8回 キャリア管理に役立つ行動経済学 第9回 キャリアと法 第10回 雇用政策とキャリア管理 第11回 ワーク・ライフ・バランスとキャリア管理 第12回 ダイバーシティ・マネジメントとキャリア管理 第13回 キャリア教育／キャリア管理と人材ビジネス 第14回 人生 100 年時代のキャリア管理 ※社会情勢等、状況により柔軟に変更します。 ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 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、三井業際研究所にて人事労務関連の調査研究プロジェクトに参画。これらの実務経験から得た知見をもとに理論・実践・政策の観点から授業を行います。 ・事前事後学習の具体的な内容の明示 □指定したテキストや参考書、レジュメ（C plus への掲載）を事前に読み込むこと □授業終了後の課題提出、■その他（講義内容概要の職場内共有を推奨） ・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

	・(ICT を活用した) 双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	レポート (80%)、授業への貢献 (20%) 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 13 回の前々日）します。 ＜評価基準＞ 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る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。 授業への貢献：発言内容やグループワークへの参加姿勢などを評価します。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	講義資料は毎回配布します。 参考文献は講義の中で適宜紹介します。
特 記 事 項	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。 ・授業前日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。 準備学習について ・職場の理解の上で履修している場合は、毎回の講義のポイントを上司に報告する（人事部署勤務の場合は職場で共有する）ことを推奨します。

科 目 名	ダイバーシティマネジメント
担 当 者	池田 心豪
履 修 条 件	企業・団体等において、ダイバーシティや働き方改革の牽引役となる人。あるいは、当 CBS での学びを通じて、今後の自身のライフデザインを考えるに際し、ダイバーシティや働き方の見直しという視点を加えたいと考える人。
科目の目的 ・到達目標	<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。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を提案できる、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。 <到達目標> 自身のライフデザインや家庭・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。
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	第1回 講義の概要紹介と問題意識の共有 第2回 ダイバーシティ経営と労働政策 第3回 女性のキャリア支援（1） 第4回 女性のキャリア支援（2） 第5回 働き方改革の基本（1） 第6回 働き方改革の基本（2） 第6回 管理職の役割（1） 第7回 管理職の役割（2） 第8回 仕事と子育ての両立（1） 第9回 仕事と子育ての両立（2） 第10回 仕事と介護の両立（1） 第11回 仕事と介護の両立（2） 第12回 多様な人材を生かすマネジメント（1） 第13回 多様な人材を生かすマネジメント（2） 第14回 少子高齢時代のダイバーシティ経営 第15回 振り返りと共有 ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 2005年4月～現在、独立行政法人労働政策研究・研修機構 研究員。男女雇用機会均等法や育児・介護休業法等、雇用均等行政に係る調査研究に従事。 ・アクティブ・ラーニング要素

	■ディスカッション、□グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□その他（ ） ・（ICT を活用した）双方型授業の実施あり：Zoom を用いたオンライン授業
成績評価の基準と方法	・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。 ・試験の結果と授業中への貢献点で評価する。授業への貢献点の割合：50%。試験の割合：50%。 ・授業への参加・貢献度（発言や質問が授業に貢献したか等）、ミニットペーパー等の提出を基準とする。 試験においては、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。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	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 ○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』 ※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。
特記事項	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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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【重要】 ・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	人的資源管理特別研究（日本企業の人材マネジメント）/日本企業の人材マネジメント
担 当 者	海老原 嗣生
履 修 条 件	人事や人材ビジネスに携わった経験があることが望ましい。ただし、未経験でも人事や雇用問題に興味を有し情報に接している人は受講可能。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目的> 人事実務を体系的かつ合理的に説明できるようになることを目的とする。 体系的・合理的とは ①過去の経緯や、他国との比較で納得性がある。 ②課題に出なかった人事実務についても学んだことをベースに説明できる。 ③現状の実務の改変が日本の環境の中で適切かつ効果的にできる。 <到達目標> 目の前で起きている諸問題に対して、表層上の対症療法を考ええるのではなく、根治できるような思考を培い、人事として一皮むけることを目指す。他国や他企業の成功事例をモノマネすることに終始しがちな人事作法を脱し、研究者や行政担当者とも互角に渡り合える本格派となれるよう期す。
概 要	概論として日本と欧米の人事管理制度の一番大きな違いを説明し、そこから 5 つの大きな問題が生まれていくことを解説する。まず根源を抑えたうえで、5 つの問題、「女性」「非正規」「高齢者」「ワークライフバランス」「新卒採用と若年入職」について個別に整理していく。
授 業 計 画	第1回 日本型雇用の振り返り①Job 型×Membership 型 第2回 日本型雇用の振り返り②職務型・職能型・成果型 第3回 日本型雇用が生み出す5つの問題 第4回 日本型雇用と欧米型雇用の「いいとこどり」を考える 第5回 非正規雇用・限定正社員の明日を考える 第6回 ワークファミリーコンフリクトと女子のキャリア 第7回 日本でワークライフバランスと時短が成り立ちにくい理由 第8回 日本型雇用におけるリーダーシッププログラムの作り方 第9回 高齢者雇用と年金問題を解明する 第10回 各自の周囲にある日本型雇用を詳らかにする（修了課題説明） 第11回 欧米型雇用と日本型雇用の若年入職の違い 第12回 「欧米が見た日本」を書籍で振り返る 第13回 欧米型の教育システムと職業訓練の現実 第14回 新卒一括採用の修正点と教育システムの変更 第15回 各自の周囲にある日本型雇用を明らかにする（修了課題発表） ・実務教員の経歴について 求人広告業・人材エージェント業の企画・統括を 10 年以上行った。そうした中で、1000 を超える会社の人事実務を目の当たりにしてきた。その経験を活かし、人事・経営誌 2 誌（Works,HRmics）の編集長となり、海外取材で欧米企業の実態なども子細に調べて今にいたる。国内外の人事・雇用環境を比較しながら事例やデータをもとに授業を行いたい。

	・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	6割以上の出席を単位付与要件としたうえで、①各回のタスク（小テスト）（40点）、②発言状況（20点）、③修了課題（40点）で評価する。 ・成績評価の基準 ①小テスト：毎回、講義で学んだ内容が正しく理解されているかを問う、40点満点の振り返りテストを行う。各回の平均点を成績評価に用いる。欠席があった場合は、当該テストは0点として、全体平均点を算出。 ②発言状況：講義での発言や質問が、全体に対して学びにつながったかの度合いと発言回数。 ③修了課題：講義で学習した内容・視点が修了課題に生かされているかを評価する。テーマは、以下の2つから選択する。 I．現在の実務を再検証する。／II．世に言われる雇用・人事の常識を再検証する。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	毎回 パワーポイントにて講義、修了後、PDF を配布 参考文献は下記 「人事の成り立ち」（海老原嗣生・荻野進介著/白桃書房） 「お祈りメール来た、日本死ぬ」（海老原嗣生著/文春新書） 「コア・コンピタンス経営」（ハメル&プラハラード著/日経ビジネス文庫） 「諸外国の働き方に関する実態調査」（三菱 UFJ 銀行/佐藤博樹）
特記事項	■予習は不要。何よりも講義に集中してほしい。講義終了後は、C plus にて、毎回使用スライドを PDF にて配布する。 ■毎回、講義修了時に小テストもしくは小論文を提出。 ■修了課題には C plus にて提出。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	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）
担 当 者	石原 直子
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	目的：企業における管理職の役割と機能を知るとともに、その役割・機能を効果的に果たすために管理職に求められる能力やスキルを理解する。 目標：習得した知識や理解をもとに、自身の勤務先組織において、管理職としての役割や機能を適切に果たすべく行動できるようになること、また、経営者あるいは人事担当者として、管理職がよりよく活動するためのサポートを提供できるようになること。
概 要	本講義が主な対象とするのは、非管理職であるメンバーを直接に管理監督する課長クラスの管理職、および、管理職の部下をマネジメントする部長クラスの管理職である。企業におけるこれらの管理職は、経営者（ボードメンバー）と従業員の結節点の役割を担い、部下の働きを通じて、経営戦略、事業戦略の実行の責任を担う。このような管理職の役割や機能を、多面的に検討し、望ましい管理職の在り方を考える。また、管理職は部下の育成者であるとともに、自らも育成される対象であるとの視点からの検討も行う。
授 業 計 画	第1回 導入：講義の概要と紹介 企業における管理職とは何か 第2回 管理職の役割の変遷、管理職をめぐる今日的な課題 第3回 管理職の役割の国際比較～管理職観の違い 第4回 管理職の役割の国際比較～管理職の仕事 第5回 管理職の仕事～経営と現場の結節点としての管理職 第6回 管理職の仕事～戦略・計画の遂行者としての管理職 第7回 管理職の仕事～メンバーの管理監督者としての管理職 第8回 管理職の仕事～多様なメンバーのマネジメント 第9回 業績と人材育成の同期化～ジョブ・アサインメント 第10回 業績と人材育成の同期化～評価とフィードバック 第11回 「部長」の役割～第2階層以上の管理職の仕事 第12回 「部長」の役割～課長のマネジメント、業績のマネジメント 第13回 メンバーとのコミュニケーション 第14回 管理職の育成と選抜 第15回 まとめ 理想の管理職とは ・教員の実務経験について 銀行・人事コンサルティング会社を経て2001年よりリクルートワークス研究所に参画。以来人材マネジメントにかかわる研究に従事。専門はダイバーシティマネジメント、タレントマネジメント、リーダーシップ開発、組織開発、日本的雇用など。2015年～2020年「Works」編集長。多種多様な人材マネジメントにかかわるテーマで特集を組んできた。これまでの研究および自身のマネジメント経験に基づく見解を交えて授業を展開する。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	成績評価の方法・基準の明示 課題レポートおよび授業における貢献による ・課題レポート (70%) 指定された文献の読解および説明力、構成力、主張の一貫性、独自の視点の有無などを基準とする。 ・授業への貢献 (30%) 授業への参加、グループワークや質疑応答などのタイミングにおける積極性と貢献度、意見や観点の有用性や独自性、他者への配慮や協調性、各回講義終了後の感想レポートの提出などを基準とする。 ・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 希望に応じて個別に実施する。
テキスト・ 参考文献等	参考文献 『変革型ミドルの探求—戦略・革新指向の管理者行動』金井 寿宏 (白桃書房、1991) 『マネジャーの仕事』ヘンリー・ミンツバーグ (白桃書房、1993) 『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) 『Works128 号 5 カ国比較 "課長"の定義』リクルートワークス研究所 (2015) 『ヤフーの 1 on 1—部下を成長させるコミュニケーションの技法』本間浩輔 (2017)
特 記 事 項	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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・課題・宿題がある場合、前週の授業内で提示することとする。 準備学習について【重要】 ・授業の課題・宿題に取り組んでから授業に出席すること。

科 目 名	人的資源特別研究（日本の労働法政策）
担 当 者	濱口 桂一郎
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	<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。 <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。
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	第1回 インTRODakション、概観 第2回 労働力需給調整システム 第3回 労働市場のセーフティネット 第4回 雇用政策と外国人労働 第5回 高齢者と障害者 第6回 職業能力開発と若者 第7回 労災補償 第8回 安全衛生 第9回 労働時間 第10回 賃金処遇 第11回 労働契約 第12回 男女平等 第13回 ワークライフバランス 第14回 労働組合と労使協議 第15回 紛争処理と総括質疑 ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について ・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。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	課題レポート 70%（考察の深さ、分析の独自性を評価する） ディスカッションでの発言 30%（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 □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：濱口桂一郎著『日本の労働法政策』（労働政策研究・研修機構）
特記事項	毎回、上記テキストの当該部分に目を通して頂くこと。講義は各回とも、前半は講師から概略の解説がされ、後半はそれを踏まえて学生との and/or 学生間のディスカッションが行われる。議論に積極的に参加できるようにするためにも、テキストを熟読して頂くことが望ましい。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	リアルオプションと企業戦略
担 当 者	服部 徹
履 修 条 件	概ね文系レベルの数学、EXCEL の操作、英語文献の読解力を前提とする。
科目の目的 ・到達目標	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。 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。
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	第1回 不確実性下の戦略的意思決定 第2回 金融のオプションとその価値の考え方 第3回 従来の設備投資の意思決定 第4回 様々なリアルオプションとその考え方 第5回 基本的なオプション理論 第6回 【演習】延期オプションの評価 第7回 【演習】拡大・中止オプションの評価 第8回 【演習】段階オプションの評価 第9回 【演習】リアルオプション分析と意思決定の支援 第10回 【演習】リアルオプションの価値評価に必要なパラメータの推計手法 第11回 事例分析：エネルギー産業における応用 第12回 事例分析：研究開発投資・技術価値評価における応用 第13回 【演習】国内外の企業におけるリアルオプションの事例 第14回 【演習】リアルオプションの価値評価と戦略的意思決定への示唆 ・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） ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他 ()、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	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 ・課題に関するレポート、プレゼンテーションの割合：80% 評価基準：講義で指定する文献に関するレポートの提出や、リアルオプションの価値評価に関する演習課題のプレゼンテーションおよびそれに基づくレポートの提出を求める。基本的な考え方の理解度に加え、論理的な考察や具体的なエビデンス、独自の視点の有無を基準とする。 ・授業への貢献点：20% 評価基準：授業への参加、受講態度（積極的な質疑、建設的なコメント）を基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：毎回配布のレジュメによる。 参考文献：[1] トム・コーブランド，ウラジミール・アンティカロフ[2002]，『決定版リアル・オプション』東洋経済新報社 [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 [3] レノ・トゥリジオリス[2001]，『リアルオプション』エコノミスト社 [4] 今井潤一[2004]，『リアル・オプション—投資プロジェクト評価の工学的アプローチ』中央経済社 [5] 日本リアルオプション学会[2006]，『リアルオプションと経営戦略』シグマベイスキャピタル [6] 加藤敦[2007]，『リアルオプションと IT ビジネス—基礎理論とケーススタディ』エコノミスト社 [7] 川口有一郎[2004]「リアルオプションの思考と技術」ダイヤモンド社
特 記 事 項	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。 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	ビジネスのための金融工学
担 当 者	山内 浩嗣
履 修 条 件	特にないが、数式が出てくることが多いので、この点は了解してほしい(ただし講義で扱うものは殆どが文系数学レベル)。
科目の目的 ・到達目標	目的：金融工学的手法の基礎を身につけることによって、ビジネスリスクを計量的かつ意思決定論的に考えるフレームワークを身に付けること。金融デジタライゼーションの大まかな流れを理解すること。 目標：金融工学の基礎理論を用いた派生証券の価格評価手法を理解した上で、経営財務戦略におけるリスクを正しく評価・マネージできるようになること。金融デジタライゼーションの概要が理解できるようになること。
概 要	ビジネス上の意思決定では、金融工学の基礎知識や発想が活かせる場面がある。ビジネスの多段階的な意思決定問題はリアルオプションとして考えられる場合があるし、原材料などの価格変動リスクを派生証券でヘッジすれば利益を安定化させることができる。取引先の信用リスク管理は、ビジネスリスクの軽減に寄与する。 講義の前半では、株式などを原資産とする派生証券の価格評価の基礎を学んだ上で、派生証券やその価格評価手法がビジネス上の意思決定にも役立つことを学ぶ。 講義の後半では、複数の投資案件候補から最適な組合せを選択する等のビジネス上の意思決定に最適化手法が活用できることを学ぶ。さらに、金融でもデジタラ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テキストマイニングの分析作業を体験してもらう。 本講義では、宿題、実習、期末レポートなどを通じて学んだことを実践していく。
授 業 計 画	第1回 インTRODクシヨン（講義の概要説明、金融工学とは） 第2回 様々な派生証券の紹介、派生証券価格理論の概要、先渡・先物について 第3回 二項ツリーによる派生証券価格評価(1)：準備 第4回 二項ツリーによる派生証券価格評価(2)：基礎の理解 第5回 二項ツリーによる派生証券価格評価(3)：応用、連続時間モデルへの拡張 第6回 派生証券のリスクヘッジなど 第7回 信用リスクの評価方法 第8回 リアルオプションの概要 第9回 金融工学を用いたビジネスに関する意思決定問題の解決方法(最適化) (※：ゲストスピーカーによる講演) 第10回 金融データサイエンスの概要 第11回 テキストマイニングを体験(1)：分析の準備、基礎的な分析手法を学ぶ 第12回 テキストマイニングを体験(2)：有価証券報告書などの公開資料を分析 第13回 派生証券の組み合わせによる取引戦略、派生証券利用の失敗例に学ぶ 第14回 課題の発表、講義のまとめ 1999年4月～現在 (株)三菱UFJ トラスト投資工学研究所(略称 MTEC)に勤務。 信用リスク管理モデルの開発などに従事。 (※) ゲストスピーカー：慶應義塾大学理工学部准教授。MTEC で資産運用に関する研究に11年間従事した経験がある。

	・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない
成績評価の基準と方法	授業への貢献点 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の提出を基準とする。 レポート(小テストを含む)・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。 宿題に対するフィードバック：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。
テキスト・参考文献等	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 末吉美喜・著『テキストマイニング入門: Excel と KH Coder でわかるデータ分析』、オーム社、2019 年、ISBN：978-4274222856 三菱 UFJ トラスト投資工学研究所・編著『実践 金融データサイエンス 隠れた構造をあぶり出す 6 つのアプローチ』、日本経済新聞出版社、2018 年、ISBN：978-4532134815
特記事項	・講義内容は、受講者のニーズや授業の進み方に応じて適宜変更する場合がある。 ・文系出身者でも理解できる授業を心掛けるので、数字や数式を見ても臆することなく、意欲的に取り組んで欲しい(論理の流れを理解することが大事)。 ・毎回の講義内容を積み上げながら学んでいくので、できるだけ休まないこと。講義を休んだ場合は必ず VOD で自習すること。 ・分析は主に Excel を使う（アドインの「ソルバー」をインストールしておくこと）。テキストマイニングには KH Coder というソフトを利用する（立命館大学・樋口耕一先生が開発しているソフト。Windows 版のインストーラーは無償。ただし Mac 版は有償なので、Mac で分析したい場合は購入が必要になることを了解しておいて欲しい）。 教材配布の方法について ・授業開始前～履修申請期間は C plus の「講義照会」で配布する。 ・履修確定後は「教材配布」に授業の 3 日前までにアップロードする。 課題・宿題の課題テーマの提示について ・授業ごとの課題・宿題については、締切 1 週間前までに課題テーマを提示する。 準備学習について【重要】 ・毎回授業前は C plus に掲載するレジュメに必ず目を通した上で出席すること。 ・講義で出た課題については必ず取り組むこと。 ・その他の予習・復習等にかかわる準備学習は、講義での指示のとおり行うこと。

科 目 名	ベンチャーファイナンス
担 当 者	海老澤 観
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	(科目の目的) ベンチャービジネスの社会的な役割は、イノベーションを牽引し社会変革を起こすことにあ る。そして、ベンチャー企業の特長や置かれている環境を理解することは、大企業の課題まで も浮き彫りにする。また、ベンチャービジネスでは、周囲の人々を動かしていくことが求めら れる。その為には、単に受け売りの知識を伝達するのではなく、自ら自信をもって語れること が重要となる。そして、独自の視点、思考を持つことが強力な武器となる。単なるベンチャー ビジネスへの理解を深めることに止まらず、各自が、独自の新規事業への視点、思考を構築す ることを目的とする。 (到達目標) ベンチャー企業、大企業を問わず、新規事業を創出、成長、または評価するために必要な視点、 思考を自ら構築する。そして、今後、それらを継続発展できる人材になることを最終目的とす る。
概 要	独自の新規事業への視点、思考の構築が中心的なテーマとなる。ベンチャー企業と大企業との 対比、また、オープンイノベーション等でのベンチャー企業の活用、さらには失敗。それらを 理解するために、ベンチャー企業、大企業を問わず、新規事業創出の課題を浮き彫りにする。 また、ベンチャーキャピタルが行っているベンチャー企業への投資、及び、成長サポートは、 新規事業創出における着眼点や、成功へのステップを表出させる。そして、それらの判断の背 景には、社会がどのように動いているかなどマクロ的な視点や、技術進化、産業領域等を個別 にみるのではなく、いろいろな要素を総合的・多角的に見ていくことが必要とされる。私のエ レクトロニクス企業での技術戦略、事業戦略、新規事業等の経験や、その後のベンチャーキャ ピタルでの経験における、いくつかの事例や思考方法。それに、受講される方々、ご自身の経 験、思考方法を融合、発展させることにより、それぞれ独自の視点、思考の構築を行っていく。 その為、ファイナンスに関しては、全体授業のほんの一部しかないと、ご理解頂きたい。 また、独自の視点、思考の構築を目指すため、レポート、ワークショップの後に講義を置き、 講義内容の事前公開は、あえて行わないことにご留意頂きたい。
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」 副題：「ベンチャー企業を見つけ出し、成長をサポートし、社会を変革する」 第3回 ワークショップ：「ベンチャー企業/新規事業の評価」 第4回 講義：「VCが投資するベンチャー企業」 副題：「総合的/多角的視点」 第5回 ワークショップ：「ベンチャー企業の経営/新規事業の立ち上げ」 第6回 講義：「アイデア創出/計画立案/計画実行」 副題：「大企業の常識は、ベンチャー企業の非常識」 第7回 ワークショップ：「オープンイノベーションの問題点」 第8回 講義：「オープンイノベーションを実現するためのポイント」 副題：「オープンイノベーションは、外とつながることではなく、外とつながって中 を変えること」

	第9回 ワークショップ：「世の中の変化を予想する」 第10回 講義：「第3次産業革命と第4次産業革命」 副題：「持続的イノベーションと破壊的イノベーション」 第11回 ワークショップ：「自らの強みの検証」 第12回 講義：「独自の視点、思考の生み出し方」 副題：「自らの中にある光るものとベンチャー企業の中にある光るもの」 第13回 ワークショップ：「新型コロナウイルスによる変化」 第14回 講義：「新型コロナウイルスをトリガーにした仮説」 副題「変化は新規事業創出の宝庫」 第15回 「独自の視点、思考の発表、総評」 教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について ソニーにおける技術戦略、事業戦略、新規事業創出、関連会社取締役等の経験と、モバイル・インターネットキャピタルにおけるベンチャー投資を通じた各種経験、知見を活かした授業構成となっている。 ■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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の基準と方法	レポート内容：50% ディスカッションの発言頻度、内容：20% 最終プレゼンテーション：30% 基本的に加点法であり、秀逸な内容に関して加点していく。レポート内容では、提出することで基礎点が付く上に、自らの経験、知見を活かした、独自の視点、思考が表出された部分に加点を行う。基礎点に対して10倍以上の加点が付く場合もある。ディスカッションの発言頻度、内容においては、基礎点はなく、提出されたレポートを題材としたワークショップの結果発表において、題材となったレポートから、さらに広げられた部分について評価する。最終発表は、独自の視点、思考が表出された部分に加えて、周囲に与える納得感に関しても加点の対象とする。各項目ごと、各人の加点を、その項目の総加点で割ったものを持ち点とし、全項目の持ち点の合計で評価を決定する。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	特になし
特記事項	常にワークショップと講座がセットになっており、それぞれの課題レポートを元にワークショップを開催し、講義につなげていく方式をとる。

	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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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。なお、レポートへのフィードバック等の関係上、締め切り日は、講義開催日の 2 日前に設定している。 準備学習について ・提示する課題を必ず取り組むこと。ただし、課題に向けた事前調査を行う前に、調査前の時点での仮説を構築し、その仮説検証のための調査の順で行うことを推奨する。
--	--

科 目 名	租税戦略・事業再生と法務
担 当 者	鶴巻 暁, 泉 絢也
履 修 条 件	「経営法務概論」を履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目的> 事業再生がどのように実現するのか、広く倒産法制全体の構成を含めた知識を学ぶとともに、そのような事態に租税法がどのように関与しているのか、通常の場合のビジネスと税との関係も含めて、具体的に検討していくことを通じて、ビジネスの中における利害調整の重要さとそれを進めていくための租税戦略について会得することを目的とする。 <到達目標> 事業再生における利害関係の調整の仕組みや、法人税法の基礎知識・企業再生税制の仕組みを理解し、説明できるようになること又は租税戦略等を提案できるようになること。
概 要	前半は倒産処理制度及び事業再生の各種手法について、具体的なケースを用いて解説を行う。後半は、租税法（法人税法）の基礎からスタートして、貸し倒れ認定、寄附金、組織再編税制の問題など、具体的な税法上の問題点や事例にまで触れていく予定である。なお、本講義ではより具体的なケーススタディ等を行うためにゲスト講師を呼ぶ回がある可能性がある。
授 業 計 画	第1回 ガイダンス・事業再生と法務（鶴巻） 第2回 ガイダンス・租税法の基礎（泉） 第3回 破産手続（1）（鶴巻）...制度論 第4回 破産手続（2）（鶴巻）...ケーススタディ 第5回 民事再生手続（鶴巻） 第6回 各種契約の処理（鶴巻） 第7回 各種の事業再生の手法（1）（鶴巻）...制度論 第8回 各種の事業再生の手法（2）（鶴巻）...ケーススタディ 第9回 租税法における貸倒れ認定（泉） 第10回 企業再生税制と寄附金（1）（泉）...制度論 第11回 企業再生税制と寄附金（2）（泉）...ケーススタディ 第12回 組織再編税制と繰越欠損金（1）（泉）...制度論 第13回 組織再編税制と繰越欠損金（2）（泉）...ケーススタディ 第14回 レポート発表・講評（泉） 第15回 レポート発表・講評（鶴巻） ※講師の都合により順序が変更される場合がある。 ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について（鶴巻） 平成9年4月から現在：弁護士 平成28年：経営革新等支援機関認定 （泉） 平成22年7月10～平成23年7月9日 国税局審理課（企業再生・組織再編税制担当）

	平成 27 年 7 月 10～平成 29 年 3 月 31 日 国税局審理課（企業再生・組織再編税制担当） ・アクティブ・ラーニング要素 ☒ディスカッション、☐グループワーク、☒プレゼンテーション、☐実習、☐フィールドワーク、☐その他（ ） ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ☒遠隔授業対応授業、☐その他（ ）
成績評価の 基準と方法	最終のレポート発表の内容（70%）と授業への貢献（30%）を総合して評価する。 ・レポートの割合：70% 評価基準：事業再生における利害関係の調整の仕組みや、法人税法の基礎知識や企業再生税制の仕組みの理解度を基準とする。 ・授業への貢献点の割合：30% 評価基準：授業への参加・貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）、ミニットペーパー等の提出を基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☒授業時間内で講評・解説の時間を設ける ☐授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	なし。講義資料等はポータル等を通じて事前配布する。また、参考文献は適宜紹介する。
特 記 事 項	教材の配布方法について ・授業開始前～履修申請期間は C plus の「講義照会」で配布をする。 ・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。 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。

科 目 名	知的財産戦略と法実務（経済法との交錯）
担 当 者	中村 勝彦
履 修 条 件	特段なし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：ビジネスをスムーズに行っていくために知的財産を防衛的に活用するという観点だけでなく、知的財産そのものを独立した経営資源と捉え積極的に活用していくという観点からも、知的財産を経営において戦略的に活用できるようになることを目的とする。また、権利者に独占を認める知財法の活用においては、独占につながる行為を規制しようとする独占禁止法等の経済法との関係を念頭に置かざるを得ないので、その規制概要及び知財法との関係も理解できるようにする。 到達目標：知的財産関連の各法律の基本及び知財法と独禁法等の関係を習得した上で、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。
概 要	特許権、意匠権、商標権、著作権、不正競争防止法（営業秘密を含む）といった知的財産関連の法律の基本、さらには知財法と関係の深い独禁法等の経済法の概要を習得してもらった上で、知的財産の戦略的マネジメントの観点から、ビジネスにおける知財の保護（権利取得、知財管理等）・活用（ライセンス契約、権利行使等）のあり方を検討する。また、リスクマネジメントの観点から、他社の知財に対する侵害リスクとその対策等を検討すると共に、知財関連の最新のトピック等を紹介する。
授 業 計 画	第1回 インTRODakション：知的財産権の基本的考え方、民法との関係 第2回 ブランドの法的保護（1）商標法の基本的考え方 第3回 ブランドの法的保護（2）育てる権利としての商標法 第4回 ブランドの法的保護（3）不正競争防止法によるブランド保護 第5回 著作権法の基本的考え方 第6回 個人の「思い入れ」を保護する著作権法、著作権トラブルの特徴 第7回 著作権トラブル事例のパターン別検討 第8回 新しいビジネス、技術の発展と著作権法、著作権法のあるべき姿とは 第9回 特許法の基本的な考え方 第10回 特許権の活用とビジネス、特許をめぐるトラブル事例の検討 第11回 独禁法の基本的な考え方・体系、エンフォースメントの概要 第12回 不当な取引制限、私的独占、不公正な取引方法とは 知的財産権と独禁法の交錯 第13回 営業秘密の保護・適切な管理体制、肖像権・パブリシティ権の保護 第14回 ライセンス契約（1）契約は何のために 契約交渉、契約の成立、有効・無効 第15回 ライセンス契約（2）契約の履行、不履行とその救済、ライセンス契約の終了をめぐるトラブル 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月より弁護士業務の主要業務の一つとして知的財産権関連の業務を一貫して行っており、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。

	・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	レポートの割合：80% 知的財産法の基礎的なポイントを理解しているか、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問題を検討しているか等を総合的に考慮する。 授業への出席と貢献の割合：20% 出席の頻度、授業中の発言、質問の回数・内容 課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法： 授業時間内で講評・解説の時間を設ける。
テキスト・ 参考文献等	テキスト：なし 参考文献：なし
特 記 事 項	・授業日の3日前までにアップロードする。 ・毎回授業前に C plus にレジюмеが掲出された際は必ず目を通した上で出席すること。

科 目 名	対行政のビジネス法務
担 当 者	杉浦 宣彦, 保井 俊之, 石野 耕也, 勝間 和代, 小林 香
履 修 条 件	「経営法務概論」等、経営法務分野における基礎的な科目を事前に履修していることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：ビジネスを取り巻く法環境のうち、民事法以外、すなわち「行政法」と呼ばれる分野とその周辺範囲に関係したビジネス法務の知識を身につける。 到達目標：ビジネスを取り巻く様々な法制度や現在進行中のカレントな動きを理解し、それらとの調和・対抗策を図る方法を検討できるだけの知識等を体得すること。
概 要	従来、行政法規はビジネスにとってブレーキと考えるのが、一般的な考え方であったが、最近では、戦略法務という考え方の浸透とともに、行政が積極的にビジネスに働きかける動きやビジネスサイドや消費者サイドで様々な方法を使って、行政にプレッシャーをかけ、法制度や政策を変化させていく動きもある。現在は、地方創生や環境政策といった政策と法制度が結びつく形で、しかも、時にグローバルな動きと連携しながら、かなりのスピードで変化していく部分もあり、企業は、それらへの対応も要求されている。本講義では、各回ごとに、行政官やビジネス界で実際に行政とかかわり合いを強く持っている担当講師陣をゲストを加え、オムニバス形式で、様々な側面から変化しつつある「行政とビジネス法務」の関係について明らかにしてゆく予定だが、最近の情勢を鑑み、特に、地方創生や、原発事故以降、国民的関心事になっている環境問題については、重点的な配分を行い、講義を展開する予定である。なお、毎年、アップデートな課題を取り上げる、それに伴って講師を変更する場合もあるため、最終的な講義内容等については、M3スタート時に再度発表する。
授 業 計 画	第1回 イン트로ダクション 第2回 「行政法・行政へのアプローチ方法を考える」 第3回 「環境法 基礎」(法科大学院教授+環境問題有識者) 第4回 「環境行政の実態」(法科大学院教授+環境問題有識者) 第5回 「環境問題の最前線」(法科大学院教授+環境問題有識者) 第6回 「環境ビジネスの最前線」(法科大学院教授+環境問題有識者) 第7回 地方行政の実態と課題 (元行政担当者) 第8回 地方行政とビジネス (元行政担当者) 第9回 社会イノベーションと行政・行政ルール(1) (行政官・大学特任教員)：社会イノベーションの理論 第10回 社会イノベーションと行政・行政ルール(2) (行政官・大学特任教員)：イノベーションの実践とルールメイキング 第11回 「行政と企業」(1)(企業担当者等)：行政と企業のかかわり方 第12回 「行政と企業」(2)(企業担当者)：実践例から得られる示唆 第13回 「行政と企業・社会－規制や社会の変容への対応策」(1) (客員教授)： 政策が社会に与えるインパクト 第14回 「行政と企業・社会－規制や社会の変容への対応策」(2) (客員教授)： 規制や社会の変容にどのように対応すべきか 第15回 まとめ (注意：オムニバス形式で展開されることから実際の講義の順序や内容がずれることがある。開講数か月前に詳細を発表する。) ・教員の実務経験(職歴、本務先)と授業との関連性について

	担当ならびにコーディネーターをする教員自身も企業の法務担当として監督官庁担当を経験し、また、逆の立場で行政に関わってきた経験がある。本講義のほかの担当講師はすべて、元行政官ないしは、行政と密接なかかわりを持ってきたメンバーであり、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 ☒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) 双方型授業の実施なし
成績評価の基準と方法	質疑応答を含めた講義参加度 30%、最後に、終了時に提出してもらうレポート課題の内容を評価する。(70%) 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。 ・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、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：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。 参考文献：行政法初心者は、参考書として『行政法入門（第 6 版）』（藤田宙靖著・有斐閣・2013 年）などを読んでおく講義の前の準備となるだろう。
特記事項	教材配布の方法について ・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。 準備学習について ・毎回テーマが違うので、講義前に必ず掲示されるレジュメに目を通して講義にのぞむこと。 ・オムニバス形式でもあり、講義毎の課題等は出さないが、最終レポート等で、講義内容のうち一つを選んで内容や説明された課題について、自分なりの解決策等を書いてもらうことになるので、1 回毎に内容を把握するような見直し復習をすることが望まれる。

科 目 名	労働関連法務
担 当 者	藤井 基
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：経営に必要な基本的な労務管理の知識を習得し、労務問題に適切に対処できる基礎を身につけることを目的とする。 到達目標：労働関連法規の全体像を理解し、各企業の実状に応じた人事労務政策を立案できるようになることを到達目標とする。
概 要	働き方改革が進む中、企業は、労働法の法規制を踏まえ、自社のポリシーに沿って会社を支える労働者を管理する施策として、いかなる人事制度を構築し、どのような労務政策をとるべきか、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	第1回 労働法の特徴 労働者とは 採用の自由 労働条件明示義務 第2回 就業規則の不利益変更 第3回 賃金 第4回 労働時間・休暇 第5回 労災と安全配慮義務 第6回 長時間労働の問題点 第7回 セクハラ 第8回 パワハラ 第9回 配転・出向、競業避止義務、引抜き、留学費用の返還等 第10回 解雇（無能力解雇、整理解雇・内定取消・試用期間） 第11回 有期雇用に関する規制 第12回 年少者・女性の保護 育児介護休業法（マタハラ） 第13回 高年齢者雇用安定法、障害者雇用促進法、パートタイム労働法 第14回 労働者派遣法、偽装請負 第15回 M&A と労働法、労働組合その他 ・教員の実務経験の本授業への反映 1997 年から現在まで、TMI 総合法律事務所の弁護士として外資系企業を含む多くの会社に対し、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。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	・成績評価の基準 レポートの割合：90%（労働法の基本的な概念を踏まえ、的確に問題設定を行い、それに対して法律、規則、通達、裁判例等を抑えた上で、自分なりの解決策について論理的に検討できているかどうかを評価基準とする） 授業貢献の割合：10%（授業において講師から提示される問題に積極的に意見を言えるかどうか、自分が疑問に思ったことを授業において的確に問題提起できるか等を評価基準とする） ・課題（レポート）に対するフィードバックの方法 希望者に対し、メール等でフィードバックを行う。
テキスト・ 参考文献等	参考図書：『労働法』菅野和夫（弘文堂、第12版2019年11月）
特 記 事 項	教材は C plus で配布する。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメに目を通した上で出席することが望ましい。

科 目 名	経営法務特別研究（M&A と契約・デューデリジェンス）／M&A と契約・デューデリジェンス
担 当 者	淵邊 善彦
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	目的：M&A を戦略的に活用するために、手続全体の流れ、デューデリジェンス、契約のポイント等を理解する。 目標：M&A に関与する場合に、M&A の全体像や重要なポイントを理解し、成功に導くことができるようになる。
概 要	M&A（Merger & Acquisition）は、企業間でシナジー効果を期待して行われるもので、経営戦略の一手段としてその重要性が増している。本科目は、友好的 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。DX やコロナ禍による影響など最新の動向についても触れる。
授 業 計 画	第1回 講義の目的と概要：M&A の最新実務への招待 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 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 第4回 M&A のプロセス(2)：入札方式かどうか、上場会社かどうか 第5回 基本合意書作成のポイント 第6回 最終契約書作成のポイント 第7回 ポストマージャーのプロセス 第8回 デューデリジェンス総論 第9回 デューデリジェンス 組織・取引 第10回 デューデリジェンス 知財・人事 第11回 M&A の交渉実務 第12回 ベンチャー・スタートアップ企業の M&A 第13回 再生型・事業承継型 M&A 第14回 ジョイントベンチャー 第15回 ディスカッションとまとめ ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （1989年4月～2000年6月、西村あさひ法律事務所勤務、2000年7月～2018年12月 TMI 総合法律事務所勤務、2019年1月～ベンチャーラボ法律事務所開設） 約30年間弁護士として M&A に関わってきた経験を活かして講義する。 ・アクティブ・ラーニング要素 ディスカッション、グループワーク ・(ICT を活用した) 双方型授業 クリッカーやアンケート機能を使い学生の反応を見ながら進める。
成績評価の 基準と方法	課題 70%、授業への貢献 30% ・課題 70% 中間課題と最終課題において、講義で学んだ知識を課題で設定する事例に合わせて具体的

	に活用できるかを基準とする。理解の深さのレベルと分かりやすい説明ができているかを判断する。 ・講義への貢献 30% 講義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程度、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）、ミニットペーパー等の提出を基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 中間課題については授業時間内で講評・解説の時間を設ける。講義で学んだ知識を課題で設定する事例に合わせて具体的に活用できるか。 ・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つながった回数とその程度
テキスト・参考文献等	参考文献： 『トラブル事例でわかるアライアンス契約』淵邊善彦(日本加除出版、2020 年) 『教科書で学べない M&A の実務』熊木明（清文社、2019 年） 『中小企業買収の法務』柴田堅太郎（中央経済社、2018 年） 『企業買収の裏側 M&A 入門』淵邊善彦（新潮新書、2010 年）
特記事項	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 ・課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・毎回授業前に C plus にレジ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	経営法務特別研究（財務行政とその課題）
担 当 者	杉浦 宣彦, 井上 浩
履 修 条 件	事前履修等の前提条件は特になし。国の財政、税制、地方創生・地域活性化等の政策や様々な支援・補助制度等に関心のある学生。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目的> 財政システム（予算、税制等）は、我々の生活・ビジネスに密接に関連しており、その内容を理解することは、国や地方自治体などの政策を読み解き、ビジネスへの影響がどのようなものかにもつながる。また、国有財産の活用や起業や中小企業支援さらには、地方振興など様々な部分でも、国の財政による支援・補助の目的で様々な取り組み・制度がスタートしているが、制度や仕組みの複雑さなどもあり、予算が投じられているにもかかわらず、効率的な利活用がなされていないという現実がある。 財務省関東財務局東京財務事務所と中央大学ビジネススクールとの連携講義を開講することで、担当官との対話を通じて、ビジネスの最前線にいる学生の皆さんに幅広く我が国の財政政策の動き、税制、国有財産制度や様々な支援制度等とそれらのビジネス世界への影響について理解を得ることを目的とする。 <到達目標> 多数ある政策金融制度などがビジネスにどう利活用できるかをこれまでの事例も含めて紹介することで、ビジネスの現場（起業を含めた新たなビジネス展開や中小企業・地方支援など）で各施策制度を効率的に利活用し、新たなビジネス展開に役立ててもらうことを目標とする。
概 要	毎回、財務本省、関東財務局等の行政官による講義（注）を通じて、我が国の財政・税制の現状や国有財産の有効活用などを学ぶ機会を提供する。また、現在、財務局では、自治体、金融機関等地域のネットワークを活用しながら地方創生支援にも取り組んでおり、これらの取り組みや制度も紹介する。 各回とも、担当講師から制度や政策現場での経験・事例を解説するとともに、受講生とのQ&Aセッションならびにディスカッションを行う予定。 （注）講師の選定等は、関東財務局東京財務事務所が担当。
授 業 計 画	第1回 ガイダンス （関東財務局東京財務事務所長） 第2回 財政制度の概要 （関東財務局東京財務事務所次長） 第3回 我が国の財政の現状と課題（財務省主計局予算編成担当者） ～財政からみた日本の現状と未来のための財政とは～ 第4回 我が国の財政の現状と課題についてのディスカッション（財務省主計局予算編成担当者） ～財政からみた日本の現状と未来のための財政とは～ 第5回 社会保障制度の現状と課題（厚生労働省政策統括官総合政策担当者） ～全世代型社会保障の実現に向けての施策とビジネスへの影響～ 第6回 社会保障制度の現状と課題についてのディスカッション（厚生労働省政策統括官総合政策担当者） ～全世代型社会保障の実現に向けての施策とビジネスへの影響～ 第7回 税務行政を取り巻く課題（法人税法、国際課税制度等）（財務省主税局担当者もしくは東京国税局担当者） ～近年の法人税法をめぐる考え方とビジネスへの影響・対処方法～ 第8回 税務行政を取り巻く課題についてのディスカッション（法人税法、国際課税制度等）

	(財務省主税局担当者もしくは東京国税局担当者) ～近年の法人税法をめぐる考え方とビジネスへの影響・対処方法～ 第9回 国有財産制度と国有財産の有効活用（関東財務局国有財産担当幹部もしくは財務省理財局担当者） ～地域社会に密着した国有財産の利活用の方法～ 第10回 国有財産制度と国有財産の有効活用についてのディスカッション（関東財務局国有財産担当幹部もしくは財務省理財局担当者） 第11回 財政投融资制度と具体的活用事例（財務省理財局財政投融资担当者ならびに政府系金融機関担当者） ～財政投融资制度のビジネスへの活用方法～ 第12回 財政投融资制度と具体的活用事例についてのディスカッション（財務省理財局財政投融资担当者ならびに政府系金融機関担当者） ～財政投融资制度のビジネスへの活用方法～ 第13回 財務局による地方創生支援の取組（関東財務局東京財務事務所長、次長） ～財務局・金融機関・企業とのコラボレーションの実態～ 第14回 財務局による地方創生支援の取組についてのディスカッション（関東財務局東京財務事務所長、次長） ～財務局・金融機関・企業とのコラボレーションの実態～ 第15回 政策金融の役割と地域活性化に向けた取組（日本政策金融公庫担当者） ～政策金融制度によるビジネス支援の実情と利活用方法～ 講義の流れ（ポイント） 1 コマ目 座学授業【(時事問題も絡めた) 現在の制度説明と課題、近い将来の方向性】 ⇒民間の企業出身者が多く、あまり行政に馴染みが薄いことから、冒頭は、時事ネタなどをまじえて、実用的な話やケーススタディなどを織り込む。また今、こうこう仕事をしているというだけではなく、こういう課題を抱えており、将来、こういう解決策を講じていくという進捗で行う。最後に質疑応答の時間を設ける。 2 コマ目 受講生とのディスカッションと Q&A ⇒ディスカッションでは、講義日 1 週間前までにテーマを提示し、学生との討論を行う。（又は、他のアクティブラーニングを行う場合もある。）最後に質疑応答とアンケートへ記入する時間を設ける。 教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性については、各回ごとの講師の役職を参照。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
--	---

成績評価の 基準と方法	①授業への貢献点の割合：50%評価基準：授業への参加・貢献度、ディスカッションでの発言頻度等を基準とする。 ②レポートの割合：50%評価基準：○○に関する自分なりの提案、着眼点の面白さ等オリジナリティはあるか。用語は正しく用いられているか。 ・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 □授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	レジュメ等を配布する
特 記 事 項	教材の配布の方法について ・授業の3日前までにアップロードする。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。授業終了後にレポート（講義に対する感想や意見等）を1週間以内に提出すること。

科 目 名	特別講義（実践・変革マネジメント論）
担 当 者	松江 英夫
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	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。 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。
概 要	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。 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。 「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変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。 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。
授 業 計 画	【「変革マネジメント論」に関する理論的アプローチ概論】 <第1回>「実践・変革マネジメント論」の問題意識の共有

＜第2回＞「変革論」を巡る理論的枠組みの考察

変革論に係る組織論、変革プロセス論の理論的アプローチ

＜第3回＞「実践・変革マネジメント論」のアプローチ

＜第4回＞「自己変革」できる組織の方法論

・経営変革フレームワーク、3つの連鎖と9つの結節点

【テーマ別研究：コンテキスト（文脈）別、経営変革の事例考察】

・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）

＜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

＜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）

・デジタル化における組織変革(DX)

＜第7回＞ 両極化時代に求められるデジタル経営とは何か

＜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

・M&A /ポスト M&A（合併・買収、クロスボーダーM&A等）

＜第9回＞ M&Aの基本プロセスと成功の要諦

＜第10回＞ ポスト M&A・・・M&A後の自己変革マネジメント

【実践的ケーススタディ：トップマネジメントが語る経営変革論】

・グループワークによるケーススタディ

＜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

＜第12回＞ プレゼンテーション内容に関する全体討議

経営トップとの直接対話（ワークショップ）

＜第13回＞ 経営トップによるプレゼンテーション

＜第14回＞ 経営トップを交えた質疑応答・全体討議

＊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し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。

＜第15回＞「変革マネジメントの要諦」

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。

＊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。

・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について

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。

・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（経営トップとの直接対話）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	出席及び主体参画度 20% レポート 80% 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。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける
テキスト・ 参考文献等	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） ・「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） 参考書： ・「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）） ・経産省：「我が国企業による海外 M&A 研究会報告書（有識者メンバーとして参画）」 （http://www.meti.go.jp/press/2017/03/20180327003/20180327003.html） ・ダイヤモンドオンライン：経営トップとの対談シリーズ 「持続的成長への挑戦（2015 年）」「長寿企業の秘密（2016 年）」 ・プレジデントオンライン（2019 年） 「不確実な時代には「確実なる底力」がものをいう。今こそ、日本企業は強みの再定義を」 ほか
特 記 事 項	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。 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 2 週間前までには、課題テーマを提示することとする。 ・毎回授業前に C plus にレジ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	特別講義（金融行政とその課題）
担 当 者	杉浦 宣彦, 野崎 英司
履 修 条 件	特にないが、広く金融ビジネスや財務会計に関心のある者、できれば、「金融法務」、「対行政のビジネス法務」などを受講、または並行履修していることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：毎回招へいする金融庁の行政官による講義を通じて、金融機関関係者にとっては金融規制・監督の考え方を知り、金融ビジネスや金融・資本市場のあり方を考察する機会を、また、企業財務の担当者にとっては企業開示や資金調達面での法務・実務のあり方を学ぶ機会を提供することを目的とする。 到達目標：金融行政の現状と課題を知ること、企業のファイナンスならびに法務戦略を考え、コンプライアンスならびにファイナンス戦略を実際に策定するための能力を身につける。
概 要	2008年のサブプライムローン問題に端を発する金融・資本市場の混乱は、金融規制（法体系）のあり方や実際の金融機関への監督のあり方を考え直す契機を与え、国際的な広がりを持ってその作業が進められている。現実のビジネスにおいては、金融機関は銀行法や保険業法、金融商品取引法において規制されており、企業サイドは資本市場における規制または（間接金融の利用を通じて）金融機関に対する規制の影響を受けている。このような金融規制の動きについて、行政官による講義を通じて、その背景や趣旨を理解した上で向き合うことで、規制の趣旨を過度に保守的に解釈することなく、それぞれのビジネスにおける適切なコンプライアンスや企業としての規制への対応策を考える機会となるだろう。
授 業 計 画	第1回 金融行政の概観（1）：我が国の金融の実情 第2回 金融行政の概観（2）：金融行政の仕組み 第3回 大手金融機関の経営についての現状と行政から見た課題（1）： 大手金融機関の経営状況 第4回 大手金融機関の経営についての現状と行政から見た課題（2）： 行政から見た経営課題 第5回 地域金融機関の現状とリレーションシップバンキングの考え方（1）： 地域金融機関が置かれている現状 第6回 地域金融機関の現状とリレーションシップバンキングの考え方（2）： リレーションシップバンキングとは 第7回 金融検査と評価制度の着眼点（1）：金融検査の手法 第8回 金融検査と評価制度の着眼点（2）：評価制度の考え方 第9回 ディスクロージャー制度とコーポレートガバナンス（1）： ディスクロージャー制度の内容・背景 第10回 ディスクロージャー制度とコーポレートガバナンス（2）： コーポレートガバナンスコード 第11回 資本市場の実務トレンドと監督制度（1）：資本市場の現状 第12回 資本市場の実務トレンドと監督制度（2）：資本市場をめぐる監督制度 第13回 国際的な金融規制のあり方ー現状と方向性ー（1）：パーゼル規制をめぐって 第14回 国際的な金融規制のあり方ー現状と方向性ー（2）：そのほかの国際的金融規制 第15回 新たな金融ビジネスへの対応（フィンテック法制など） （注意：講義時点のカレントな話題の重要性の変化などに応じて順序、内容が変わることがある。また、金融庁内の異動等に伴い、担当講師が変わることもある。）

	・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について 担当ならびにコーディネーターをする教員は元金融庁研究官であり、また、主に講義を担当するのはすべて金融庁幹部職員である。 ・アクティブ・ラーニング要素 □ディスカッション、□グループワーク、□プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、□PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、□ディベート、☒ その他（基本的に金融庁職員による講義が中心となるが、Q&A などを通じてのディスカッションなども部分的にある。）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	授業への出席状況を含む、講義への参加度（20%）ならびに期末のレポート内容（80%）を総合的に評価する。 主に、最終レポートの内容を金融庁担当者と担当教員で採点を行い、そこからうかがえる理解度で評価するが、その結果に加えて、講義への参加度を加味する形にする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 □授業時間内で講評・解説の時間を設ける ☒ 必要に応じ、授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：毎回、レジュメ・資料を C plus を通じて配布します。 参考文献：開講時に指示します。
特 記 事 項	教材配布の方法について ・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。 準備学習について ・専門性が高い講義なので、事前に掲示されたレジュメに目を通して講義に臨むこと。 ・最終レポートでは、金融行政についての大きな課題と個別の課題についてきく課題を出す予定であり、毎回の講義で得た知識の復習・確認といった復習が必要となる。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	特別講義（ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える）
担 当 者	折田 明子, 杉浦 宣彦, 山本 秀男
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：インターネット上に展開されるサービスのアーキテクチャに対する基本的な理解を前提に、セキュリティと法制度・ガバナンスの観点から問題発見・解決に向けた思考方法を身につける。 到達目標：文献および事例によって基礎的な技術的背景、制度的背景の理解を深め、ケースディスカッションによって問題解決に向けた思考方法を身につける。
概 要	インターネットを基盤としたビジネス展開には、アーキテクチャに対する基本的な理解と、それを利用する社会制度および人間行動の理解が不可欠である。インターネットはもはや社会基盤であり、イノベーションは社会的責任をともなう。ソーシャルメディアの発展、ID およびデータの活用、さらにはAI の活用など、技術とそのビジネスへの展開は日々変化しており、利用者の利便性を向上させると同時に、情報の安全性やプライバシーに対する適切な取り扱いが求められる。本講義では、特に安心・安全という観点から、サービスの設計と構造について考える。
授 業 計 画	第1回 ガイダンス（全員） 第2回 ID・制度・社会（折田） 第3回 ネットワーク時代の法制度：総論（杉浦） 第4回 プライバシーと法制度（杉浦） 第5回 ソーシャルメディア戦略（折田） 第6回 シェアリングサービス（折田） 第7回 情報通信プラットフォームビジネスの進化（山本） 第8回 イノベーションと規制（山本） 第9回 パーソナルデータとデジタル遺産（折田） 第10回 信用スコアとプライバシー（折田） 第11回 コンテンツビジネスと著作権（杉浦） 第12回 AI と法（杉浦） 第13回 マンガ討議（全員） 第14回 マンガ討議（全員）
成績評価の 基準と方法	・レポート課題：80 点 （小レポート 各 10 点 * 3 回（各教員 1 回）） （最終レポート 50 点） 評価基準:用語が適切に理解されていること、論理的な記述になっていること、独自の視点があることを基準とする。 ・出席および講義への参加：20 点 （出席およびディスカッション） 評価基準:担当講師が取り上げたトピックに関しての考察の度合い、また独自の視点があるかを基準とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける

テキスト・ 参考文献等	テキスト：なし。PowerPoint を使用する。 参考文献：講義内で随時紹介するが、現時点では下記を挙げる。 『創発経営 のプラットフォーム―協働の情報基盤づくり』國領二郎編著 （日本経済新聞出版社、2011 年） 『インターネット法―インターネットのルールを探る』松井 茂記，鈴木 秀美，山口 いつ子（東京大学教授）／編（有斐閣・2014 年） 『サイバーセキュリティ』サイバーセキュリティと経営戦略研究会（編集）（N T T 出版、2014 年） 個人情報保護法の知識〈第 4 版〉（岡村久道 日経文庫・2017 年）
特 記 事 項	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。 ・原則として授業 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 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・毎回授業前に C plus にレジ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	特別講義（医療サービスビジネス）/特別講義（ヘルスケア産業における企業・財務分析）
担 当 者	渡辺 英克
履 修 条 件	条件は特になし。政策とビジネスの複眼で医療周辺分野を分析するので、双方に関心があることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：政策及びビジネスの双方について冷静に見る複眼を養うことを目的とする。具体的には、医療・介護分野の政策の現状、方向性と課題などについて理解を深めたのち、関連する各ビジネスの現状と可能性についての理解を深める。そして今後の新たなビジネスの可能性や、多くのケーススタディについて学んだ後、2040年に向けた政策並びにビジネスの展望を考えていく。 到達目標：受講生それぞれが、政策及びビジネスについての明確な意見を持つことができるようになることが目標。
概 要	担当者は日本を代表する証券アナリストとして、26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	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 第2回 介護保険制度の問題の所在、政策の方向性と妥当性 第3回 病院経営の現状と可能性 第4回 介護ビジネスの現状と可能性 第5回 調剤薬局の現状と可能性 第6回 医療周辺ビジネスの現状と可能性 第7回 医療ITの現状と可能性 第8回 医療機器の現状と課題 第9回 新たなビジネスチャンスについて 第10回 ケーススタディ（異業種参入） 第11回 ケーススタディ（過去の成功事例） 第12回 ケーススタディ（過去の停滞事例） 第13回 ケーススタディ（経営者による講演を予定） 第14回 2040年に向けた展望 第15回 総括 ・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、野村證券株式会社金融研究所企業調査部勤務 1995年～ヘルスケアセクター担当 2000年～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 ・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

	■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の基準と方法	・成績評価の基準 平常点（出席を含む）60%（出席回数に応じた基礎点とする）、クラスディスカッションなどの講義参加度 20%（発言や質問の頻度と他の受講生と協調して学ぶ態度）、レポート 20%（課題に対して斬新なアイデアを提供できたか） ・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 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	参考文献：『教養としての社会保障』香取照幸著（東洋経済） 『日本の医療、くらべてみたら 10 勝 5 敗 3 分けで世界一』真野俊樹著（講談社 α 新書） 『患者目線の医療改革』渡辺英克著（日本経済新聞出版）
特記事項	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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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【重要】 ・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を必ず取り組むこと。

科 目 名	特別講義（ヘルスケアビジネス）／特別講義（ヘルスケア制度・行政論）
担 当 者	田極 春美, 岩名 礼介
履 修 条 件	医療・介護分野に関心があること。出席し、積極的に授業に参加できること。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的:人口減少社会においても、医療・介護といったヘルスケア分野におけるニーズは、今後もますます増加することが見込まれ、この分野に何らかの形で関わりを持つ人も増えるだろう。一方、ヘルスケア分野は様々な規制や制度改正がある。例えば、診療報酬や介護報酬の改定は経営にダイレクトに影響を与えるため、制度や改革の動向についての知識は必要不可欠である。したがって、この「ヘルスケアビジネス論」では、ヘルスケアビジネスを取り巻く経済・社会環境や制度、政策動向等、基礎知識を習得することを目的とした講義を行う。 到達目標:ヘルスケア分野の環境（経済・社会指標の動向）、制度の概要、現在抱えている課題、最新の改革動向についての基礎知識を習得することを目標とする。
概 要	ヘルスケアビジネス論では、基礎編として、公的医療保険制度・介護保険制度を中心に講義を行う。前半（又は後半）は医療を、後半（または前半）は介護を中心に進める予定である（具体的な最終日程は、講義開始時に改めて告知する）。まず、ヘルスケアビジネスを取り巻く環境を理解するため、社会のマクロ指標や家族、地域を含む生活領域の変化を概説する。その後、当産業・市場を理解する上で必要となる制度の基本設計、市場特性、行政計画の意義について解説する。さらに、これまでの厚生労働省の改革動向や諸外国の状況から、今後の市場の方向性について考察する。
授 業 計 画	※講義内容は、部分的に変更することがある。 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） 第2回 わが国の医療保障制度の特徴 第3回 高齢者医療制度の仕組みと問題点 第4回 診療報酬制度の仕組みと改定のプロセス 第5回 最新の診療報酬改定の内容 第6回 ジェネリック医薬品、医療材料・機器を巡る動き 第7回 諸外国の医療制度と最近の動向 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） 第9回 わが国の介護保険制度の特徴と概要 第10回 介護サービスの種類と内容 第11回 介護報酬制度と介護事業所の経営実態 第12回 近年における介護分野を取り巻く社会状況の変化 第13回 多様化する介護施設と住まい 第14回 介護保険の外にある介護ビジネス市場のこれから 第15回 共生社会における地域包括ケアシステムとは何か ※講義の順番が入れ替わることもある。 「教員の実務経験の本授業への反映」 【田極春美（医療分野担当）】 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

	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。 【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。 ・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。 ・（ICTを活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の基準と方法	課題レポート 70%＋平常点 30% 評価は二人の講師により行う。 ＜評価基準＞ 平常点では、講義時の発言・議論への参加貢献度、発言の内容について評価する。 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。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：特になし（講師作成の資料は毎回配布） 参考文献： 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」 島崎謙治「日本の医療 制度と政策」東京大学出版会 健康保険組合連合会編「図表でみる医療保障」ぎょうせい 田中滋監修、岩名礼介編著（2020）「地域包括ケアサクセスガイド」、メディカ出版 堀勝洋編「社会保障読本第三版」東洋経済新報社 池田省三「介護保険論-福祉の解体と再生」中央法規 三菱UFJリサーチ&コンサルティング「＜地域包括ケア研究会＞ 地域包括ケアシステムの構築における今後の検討のための論点」 他、講義の中で、紹介する。
特記事項	●教材配布の方法について ・履修確定後は、「教材配布」で配布する（事前に読み込むべき資料がある場合は、事前にア

	ップロードする)。 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り 1 週間前までには、課題テーマを提示することとする。 毎回授業前に C plus にレジ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	フィールドラーニング1（戦略1）/フィールドラーニング（戦略1）
担 当 者	犬飼 知徳, 松下 光司
履 修 条 件	1年目の学生も積極的な参加を期待しています。
科目の目的 ・到達目標	この講義の目的は、CBS でこれまで学んできた知識を、現実の企業が直面している課題に取り組むことによって、実際に現場で使える知識（Knowledge in use）へと変換することである。 この講義の到達目標は、チェンジ・リーダーとして現実の課題に対して、説得力のある戦略オプションと、ステークホルダーを巻き込んで実践していく組織を提案できるようになることである。
概 要	この講義は、現実の経営戦略に関する課題に直面している企業（以下、ケース企業）にご協力いただき、履修者とケース協力企業がともに課題解決のための戦略オプションを提示することである。この講義(M2) では、業界構造や、マーケティング、財務などの多角的な視点から課題を抽出し、フレーミングし、経営戦略を構想する。
授 業 計 画	第1回 イン트로ダクション：この講義の目的 第2回 ケース企業の経営幹部との質疑応答（1） 第3回 ケース企業の経営幹部との質疑応答（2） 第4回 ケース企業の業界構造分析 第5回 ケース企業の業界構造分析 第6回 ケース企業のマーケティング分析 第7回 ケース企業のマーケティング分析 第8回 ケース企業の財務分析 第9回 ケース企業の財務分析 第10回 チームによる分析結果の検討と戦略策定 第11回 チームによる分析結果の検討と戦略策定 第12回 中間報告会 第13回 中間報告会 第14回 中間報告の振り返りとフィールド調査の設計 第15回 中間報告の振り返りとフィールド調査の設計 第4週（6・8回） 聞き取り調査の結果に基づく課題のフレーミング 第5週（8・9回） 戦略オプションの検討① 第6週（10・11回） 戦略オプションの検討② 第7週（12・13回） 中間報告の準備 第8週（14・15回） 中間報告会 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	講義への貢献度と中間発表における内容とそこに至るまでの成長度を総合的に評価する。大まかな内訳は、貢献度 50%、 中間発表の内容 30%、成長度 20%である。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：なし 参考文献： Spetzler, Carl, Hannah Winter, Jennifer Meyer (2016), Decision Quality: Value Creation from Better Business Decisions, Wiley: NJ. 参考書 籠屋邦夫 (2014) 『スタンフォード・マッキンゼーで学んできた熟断思考』クロスメディア・パブリッシング *各回において必要となる文献や資料は別途講義中に指示する。
特 記 事 項	この講義は、ケース協力企業の現実に直面している課題に向き合うものなので、ケース協力企業の事情によって講義内容が前後する場合があったり、ケース協力企業にお伺いして聞き取り調査を行ったりする場合がある。したがって、講義時間は、ケース協力企業と履修者で相談しながらフレキシブルに調整する場合もあることをご了承いただきたい。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジюмеやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	フィールドラーニング1（戦略2）/フィールドラーニング（戦略2）
担 当 者	犬飼 知徳
履 修 条 件	履修条件は、M2においてフィールド・ラーニング（戦略1）を履修済みであること。
科目の目的 ・到達目標	この講義の目的は、CBS でこれまで学んできた知識を、現実の企業が直面している課題に取り組むことによって、実際に現場で使える知識（Knowledge in use）へと変換することである。 この講義の到達目標は、チェンジ・リーダーとして現実の課題に対して、説得力のある戦略オプションと、ステークホルダーを巻き込んで実践していく組織を提案できるようになることである。
概 要	この講義は、現実の経営戦略に関する課題に直面している企業（以下、ケース企業）にご協力いただき、履修者とケース協力企業がともに課題解決のための戦略オプションを提示することである。この講義（M3）では、M2 での成果に基づき、ケース企業内に深く入り込むことによって、課題のエッセンスの深堀と課題解決策の探索と精緻化を行う。
授 業 計 画	第1回 各チームのフィールド調査の結果の共有 第2回 各チームのフィールド調査の結果の共有 第3回 フィールド調査 第4回 フィールド調査 第5回 全体ディスカッション 第6回 全体ディスカッション 第7回 フィールド調査 第8回 フィールド調査 第9回 全体ディスカッション 第10回 全体ディスカッション 第11回 最終報告会の準備 第12回 最終報告会の準備 第13回 最終報告会 第14回 最終報告会 第15回 フィールド・ラーニング全体の振り返り ＊第3回以降は、各チームのテーマと調査内容に合わせて、適宜適切な内容の講義とディスカッションを組み合わせ実施していく。 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。

成績評価の 基準と方法	講義への貢献度と、最終発表における内容、前半の反省から最終発表に至るまでの成長度を総合的に評価する。大まかな内訳は、貢献度 50%、最終発表の内容 30%、成長度 20%である。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 □授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：なし 参考書： Spetzler, Carl, Hannah Winter, Jennifer Meyer (2016), Decision Quality: Value Creation from Better Business Decisions, Wiley: NJ. 参考書 籠屋邦夫 (2014) 『スタンフォード・マッキンゼーで学んできた熟断思考』クロスメディア・パブリッシング
特 記 事 項	この講義は、ケース協力企業の現実に直面している課題に向き合うものなので、ケース協力企業の事情によって講義内容が前後する場合があったり、ケース協力企業にお伺いして聞き取り調査を行ったりする場合がある。したがって、講義時間は、ケース協力企業と履修者で相談しながらフレキシブルに調整する場合もあることをご了承いただきたい。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	フィールドラーニング1（ビジネスエコシステム）/フィールドラーニング（ビジネスエコシステム）
担 当 者	丹沢 安治
履 修 条 件	ビジネスエコノミクスを履修済みであることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目的> 公開されたデータ、インタビューによって得られる質的データを収集し、戦略経営において用意されている理論的ツールを用いて、具体的な戦略課題に応えるトレーニングを行う。同時にプロジェクト研究での論文執筆の手法を学ぶことも意図している。 <到達目標> 具体的な戦略策定能力を身につける。
概 要	本講義は、ビジネスエコノミクスの展開科目として位置づける。また、受講生の能動的な学習を促すフィールドラーニングの手法を用いている。本年は、日本国内においてプラットフォームビジネスを立ち上げている企業を対象企業として協力していただく。主たる企業戦略が、ビジネス・エコシステムにおいて共有価値を創出しながら自社のポジションを高める活動ととらえ、担当の方への直接あるいは ICT を活用し、WEB を通じたインタビューを交えながら、具体的な戦略を策定する。必要な場合には受講生の遠隔授業への参加も認める。
授 業 計 画	前回の授業に対するリフレクションレポートは、前回の講義、授業、講演、インタビューで得られたもの、疑問点を 5～10 行程度で翌週までに毎回提出、いくつかを次の授業開始時に取り上げ、フィードバックする。プレゼンテーションは、グループワークを予定している。 第1回 講義の概要紹介と質的データの扱い方（講義） 第2回 「プラットフォームビジネスの展開」：ゲストスピーカー 第3回 理論的ツールの紹介 非市場戦略とビジネス・エコシステム（講義） 第4回 「対象企業のビジネスモデル」（インタビュー） 第5回 文献紹介とそのプレゼンテーション（ディスカッション） 第6回 「対象企業における事業活動（マイクロ）」（インタビュー） 第7回 「対象企業を取り巻く事業環境（マクロ）」（インタビュー） 第8回 リサーチクエスションの設定 第9回 データのコーディングと命題の導出・ディスカッション① 第10回 データのコーディングと命題の導出・ディスカッション② 第11回 当該ビジネス・エコシステムにおける企業活動の現状呈示・ディスカッション① 第12回 当該ビジネス・エコシステムにおける企業活動の現状呈示・ディスカッション② 第13回 当該企業戦略の考察 第14回 当該企業戦略の提案・成果報告会 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。

成績評価の 基準と方法	リフレクションレポートにおいては、理解度と授業参加への積極性を評価する(20%)。最終的なプレゼンテーション作成過程での参加の積極性、提案した意見の重要性を評価する(40%)。 データのコーディングなど授業中の作業への貢献度を評価する(40%)。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト： なし 参考文献： Adner/Kapoor (2010) "Value Creation in Innovation Ecosystems" Strategic Management Journal, Vol 31 Besanko,D./Dranove,D./Shanley,M./Schaefer,S.(2013) ,Economics of Strategy ,6th edition CHRISTENSEN,C.M./CARLILE,P.R. (2009) Course Research: Using the Case Method to Build and Teach Management Theory, Academy of Management Learning & Education, 2009, Vol. 8, No. 2, 240–251. ダウマ／シュルルダー（2007）『組織の経済学入門』、丹沢他訳、文真堂、2007年4月 ネイルバフ B.J./ブランデンバーガーA.M. (1997) 『コーペティション経営』、嶋津祐一/東田啓作訳、1997年2月、日本経済新聞社 ポーター,M./クラマー,M.R. (2011) 「経済的価値と社会的価値を同時実現する共通価値の戦略」、2011.06.01『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー』
特記事項	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。アップロードした教材は予習してくる。 ・質問があれば指定したオフィスアワーに研究室に来室のこと。なお離席している場合もあるので、あらかじめメールにて連絡してください。 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには、テーマを提示するので必ず取り組むこと。

科 目 名	フィールドラーニング1（ブランド構築）/フィールドラーニング（ブランド構築）
担 当 者	田中 洋
履 修 条 件	ブランド戦略論を履修していることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目標> ブランド構築のステップを実際の企業課題に即してワークショップ形式で学び、ブランドを育成・強化する方法論を修得することを目指す。 <科目の目的>ブランド構築を企業内で使える知識として身につける。
概 要	企業から与えられた課題（テーマ）に基づいて、ブランド構築のステップに従い、新ブランドの戦略と計画を提案し、プレゼンテーションを行う。基本的には毎回の講義でステップに従ってアウトプットを制作する。できる限り、講義内で作業が完結するように努める。
授 業 計 画	第1回：講義概要：講義の狙いと概要・作業ステップの説明 第2回：ランドスケープ分析 第3回：ブランドテリトリー策定 第4回：ペルソナ開発 第5回：顧客価値開発 第6回：顧客ベネフィット開発 第7回：ブランド属性開発 第8回：ブランドコンセプト開発（1）： コンセプト化の手がかり 第9回：ブランドコンセプト開発（2）： コンセプトのエレメントの収集 第10回：ブランドコンセプト開発（3）： コンセプトの統合化 第11回：ブランドコンセプト開発（4）： コンセプトのブラッシュアップ 第12回：ブランドコンセプトテスト 第13回：ブランド戦略全体のまとめ 第14回：プレゼンテーション演習 第15回：最終プレゼンテーション ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （1975年4月～1996年3月、株式会社電通勤務、1996年4月～現在 種々の企業への戦略アドバイス、講演、研修、社外役員等） ・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 ■遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。
成績評価の 基準と方法	授業への貢献点 50%（ワークショップへの参加態度、発言の量と質、グループワークアウトプットへの貢献など）、最終プレゼンテーション評価 50%（背景と分析の出来、コンセプト形成への過程、コンセプトの出来栄など）。

	・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☒ 授業時間内で講評・解説の時間を設ける ☐ 授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：田中洋『ブランド戦略論』（2017 年、有斐閣）。 このほかの資料は随時ポータルにアップする。
特記事項	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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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】 ・授業で提示する課題に必ず取り組みアウトプットを作成する。

科 目 名	社会調査法
担 当 者	大西 浩志
履 修 条 件	サーベイ・リサーチ手法を学習していくうえで共通基礎の統計学を学修してあることが望ましい。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目標> サーベイ・リサーチは実証研究を進めるうえで欠かせない社会科学の道具である。データを正しく解釈して論証できるようになることを目指す。 <科目の目的> データにもとづいて論証する能力を養っておくことは、研究者を志す人はもちろん、戦略経営を担うリーダーにとっても重要である。 <到達目標> ・リサーチ課題を論理的に整理し、実証研究計画を立てられるようになる。 ・調査手法を学び、適切な調査を計画し実施できるようになる。 ・多変量解析などの分析手法の特徴を理解し、SPSS等のソフトウェアで実施できるようになる。
概 要	本講義ではサーベイ・リサーチの基礎となる方法論を述べ、次に調査票の作成、グラフ表現とその解釈について講義する。また、実践的なデータ分析手法についても紹介する。リサーチメソッドの修得には、座学よりも参加型の学習が有効なので、授業中に課題実習や統計ソフトSPSSを使ったデータ分析実習などインタラクティブな授業運営をする。知識の暗記ではなく、創造的に課題を解決しようとする姿勢が大切である。
授 業 計 画	第1回 講義概要・サーベイ・リサーチとは 第2回 サーベイ・リサーチの役割 第3回 調査手法と基本設計 第4回 定量的調査手法&サンプリング 第5回 調査票の作成①手順と注意点 第6回 調査票の作成②実習 第7回 定性的調査手法・実験的調査法①手順と注意点 第8回 定性的調査手法・実験的調査法②実習 第9回 データの集計【実習】 第10回 グラフによるデータの可視化【実習】 第11回 2変数間の関連分析（相関と回帰）【実習】 第12回 統計的仮説検定【実習】 第13回 多変量解析法①判別分析、因子分析、クラスター分析など【実習】 第14回 多変量解析法②共分散構造分析【実習】 第15回 総括 ・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年ー2016年 食品会社、自動車メーカー、金融機関などのマーケティング計画と実施を担当して、本講義で扱うマーケティング調査を管理実行した） ■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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	出席（宿題）60%、課題レポート 40% ・出席は、授業への参加・貢献度（発言や質問が授業に貢献したか等）と宿題への取り組みを評価する ・学期末に課す課題レポートは、分析内容や考察の度合い、また独自の視点があるかを基準とする（授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う）
テキスト・ 参考文献等	近藤・島崎・大竹「課題解決型マーケティング・リサーチ 基礎編」生産性出版、2008 年 小田利勝「ウルトラ・ビギナーのための SPSS による統計解析入門」プレアデス出版、2007 年 朝野ほか(2011)『アンケート調査入門』東京図書 照井・佐藤(2013)『現代マーケティング・リサーチ -- 市場を読み解くデータ分析』有斐閣 中野(2018)『マーケティングリサーチとデータ分析の基本』すばる舎
特 記 事 項	教材の配布の方法について ・「講義照会」で配布をする。 ・授業日の 3 日前までにアップロードする。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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【重要】 ・コース後半【実習】で IBM SPSS ver.25 を使ったデータ解析演習を行う。 貸出し PC を利用するか、各自 PC に IBM SPSS Statistics Premium Grad Pack 27（学生版）を購入しインストールしておくこと。 https://www.amazon.co.jp/SPSS-Statistics-Premium-Grad-ver27%E3%80%90%E5%AD%A6%E7%94%9F%E7%89%88%E3%80%91dp/B08BTR1M51 https://software.univcoop.or.jp/search_result?main=3&sub=63 ・毎回授業前に C plus に掲載するレジュメに必ず目を通して上で出席すること。 ・授業にて提示する宿題に必ず取り組むこと。

科 目 名	ビジネス・データ分析
担 当 者	生田目 崇
履 修 条 件	「統計学」「マーケティング」に関係する科目を履修していることが望ましいが、必要条件とはしません。
科目の目的 ・到達目標	（科目の目的）調査データや POS データなどのマーケティングに関するデータ分析技術の習得を目的とします。 （到達目標） 履修者自身でデータ活用の視点でビジネス上の目的を設定し、その目的にあった分析を行い、有効な考察を得られるようになることが到達目標です。
概 要	実際にデータ分析を行いながら、分析の目的やその分析実行方法について学びます。ソフトウェアとしては統計言語の R を利用する予定ですが、受講者のヒアリング次第で Excel を主に利用する場合があります。
授 業 計 画	第1回 データ分析の目的とその体系 第2回 データの種類と入出力 第3回 グラフによる可視化の方法 第4回 データの集計 第5回 パレート分析・RFM 分析 第6回 統計的仮説検定 第7回 因果の分析（回帰分析） 第8回 回帰分析の応用（反応の分析，売上の分析） 第9回 市場構造分析の方法 第10回 市場構造分析の応用 第11回 機械学習手法 第12回 機械学習による市場の理解 第13回 自然言語処理 第14回 自然言語と消費者行動の分析 第15回 成果報告とまとめ ・アクティブ・ラーニング要素 ■ディスカッション、□グループワーク、■プレゼンテーション、□実習、□フィールドワーク、■PBL（課題解決型学習）、□反転授業（教育の中で行う授業学習と課題などの学習外学習を入れ替えた学習形式、□ディベート、□その他（ ）、□実施していない ・（ICT を活用した）双方型授業の実施 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	期末のレポート（80%）：データの収集，分析目的の設定，分析の実行，結果の考察について，適切に行われているかを基準とする． 講義内での演習やディスカッション（20%）：授業への参加，受講態度（毎回の理解の程度を自己確認できるか）を基準する．

	・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 □授業時間内で講評・解説の時間を設ける ■授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	<テキスト> テキストは利用せず資料を配布（ダウンロード）します。 <参考文献> 生田目崇、「マーケティングのための統計分析」、オーム社（2017） 本橋永至、「R で学ぶ統計データ分析」、オーム社（2015） 流通経済研究所「店頭マーケティングのための POS・ID-POS データ分析」、日本経済新聞出版社（2016）
特記事項	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。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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【重要】 ・授業で提示する課題に必ず取り組むこと。

科 目 名	マーケティング特別研究（マーケティング研究法）／研究方法論基礎
担 当 者	松下 光司
履 修 条 件	論文の執筆を予定している学生、論文の執筆に関心のある学生を主な対象とする。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：課題論文や研究論文に取り組むために必要な方法論的基礎およびリサーチ・デザインについて理解すること。 到達目標：研究方法論やリサーチ・デザインについて理解を深め、論文の作成に必要な予備知識を獲得すること。
概 要	経営環境がめまぐるしく変化するビジネスの現場においては、既存のビジネスの経験や知識だけでは対応困難な事象が次々と現れている。そのため、ビジネススクールに所属する実務家学生も既存知識を身につけるだけでなく、論文の執筆を通じて新しい知識を創造する必要性が少なくない。ただし、リサーチによって新しい知識を創造するためには、適切な方法論的な基礎を持ちながらリサーチをデザインし、適切な手続きを踏んでいく必要がある。本科目は、論文執筆を目指す学生を主な対象としながら、リサーチのプロセスにおいて必要な方法論的基礎に関する知識を提供するものである。
授 業 計 画	第1回 イン트로ダクション：講義概要と内容 第2回 リサーチのデザインとは何か 第3回 リサーチ・デザインの設定 第4回 良い研究の要件 第5回 文献のレビューとは何か 第6回 実証のロジック 第7回 実証の手続き 第8回 外部妥当性と内部妥当性 第9回 研究の再現性 第10回 面白い研究とは何か 第11回 研究事例を用いたディスカッション（1）：レビュー論文の査読 第12回 研究事例を用いたディスカッション（2）：実証論文の査読 第13回 プレゼンテーション：各自の発表 第14回 プレゼンテーションの総括 第15回 まとめ：より良い研究に向けて ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	・レポート：40%（10%×4＝40%） 評価基準：学習事項の理解度 ・プレゼンテーション：30%

	評価基準：学習事項の理解度、リサーチ・デザインの適切さ、 ・授業への参加・貢献度：30% 評価基準：発言の回数や内容の適切さ、他の学生と協調して学ぶ態度 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 □授業時間に限らず、個別にフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	テキスト：講義開始時に指示をする。 参考文献： 阿部周造、(2013年)『消費者行動研究と方法』、千倉書房 田村正紀、(2006年)『リサーチ・デザイン』、白桃書房 高野陽太郎・岡 隆（編著）、(2004年)『心理学研究法 心を見つめる科学のまなざし』、有斐閣
特記事項	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。 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。 ディスカッション課題の提出について ・ディスカッション課題は、授業日前日までにポータルに提出すること。 プレゼンテーションについて ・受講生自身の研究課題について準備し、報告すること。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題を必ず取り組むこと。

科 目 名	経済学入門
担 当 者	藤田 康範
履 修 条 件	特になし。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的: ビジネス環境を規定する経済現象を自分の視点から捉え、自分の頭で考える力を養成します。 到達目標: ①マクロ経済学的概念を学び、GDP、利子率、政府支出等の間の相互作用を理解する。②家計と企業のミクロ経済学的行動原理を学び、ビジネスの成否を決定する効率性の原則を理解する。
概 要	本講義の基本的な目標は、社会人大学院生として必要な経済学の基礎知識を習得し、現実の経済メカニズムを理解する能力を養うことにあります。具体的には、第一に、GDP や投資、貯蓄などのマクロ経済学的概念、経済循環の構造、ひいては、GDP や経済成長の決定メカニズムを理解し、第二に、マクロ経済の背後にある個々の家計や企業のミクロ経済学的な行動原理を学びます。
授 業 計 画	第1回 講義の概要の紹介（ビジネスと経済学、マクロ経済学、ミクロ経済学とは何か等） 第2回 マクロ経済学の課題 第3回 有効需要の原理と乗数メカニズム 第4回 貨幣の需要と供給 信用創造と信用収縮 第5回 IS-LM 分析 第6回 金融政策と財政政策 第7回 ミクロ経済学の課題 第8回 消費者行動の理論 第9回 企業行動の理論 第10回 市場取引と資源配分 第11回 独占企業の理論 第12回 寡占競争の理論 第13回 市場の失敗 第14回 ゲーム理論と戦略的ポジショニング 第15回 総括 （以上はあくまでも計画であり、状況に応じて内容を変更する予定です。） ・アクティブ・ラーニング要素 ☒プレゼンテーション、☒ディスカッション、☐グループワーク、☐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 ☒遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。
成績評価の 基準と方法	学期末レポートの割合：50% 評価基準：講義で説明した手法をどのくらい身につけたか、またどのくらい独自の視点があるかを基準とします。 授業への貢献点の割合：50% 評価基準：60%以上の出席は単位認定の前提ですが、授業への

	参加・貢献度（発言や質問が授業に貢献したか等）、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）、プレゼンテーション等を基準とします。 試験は行わない予定です。 詳しくは、担当者が初回の講義時に説明します。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☒ 授業時間内で講評・解説の時間を設ける ☐ 授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・参考文献等	担当者が初回の講義時に説明します。
特記事項	教材配布の方法について ・授業開始前～履修申請期間は当日配布し、 ・履修確定後は「教材配布」に授業日前までにアップロードします。 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、課題テーマを提示します。 準備学習について ・講義で課題が出た場合には必ず取り組んで下さい。

科 目 名	経営学入門
担 当 者	幸田 達郎
履 修 条 件	特になし。ただし、学部時代に「経営学」やその関連科目を理解したことがない、またはすっかり忘れてしまったという学生を対象とした内容です。
科目の目的 ・到達目標	<科目の目的> 企業活動の主要な諸局面を分析するための基礎知識と思考の枠組の前提になっている考えかたを理解することが目標です。 <到達目標> CBS の他の科目が前提とする基本的な用語や考えかたを理解できる状態にすることが目標です。
概 要	経営学が扱う問題領域は多岐に渡るが、経営学入門としての本講義では、経営学の全体像を明らかにするために経営学の基本的な主題と理論について解説する。具体的には、経営要素を組み合わせる仕組みとしての会社制度や組織、もの作りの仕組みとしての生産システム、ヒトを動かす仕組みとしての人事労務管理、社会における企業の新しい役割などを企業経営の視点から学習する。 全体の構成は以下の通り。 第1回～2回 [経営学と企業経営] 第3回～4回 [経営戦略] 第5回～14回 [経営戦略を実現する要素/経営資源] 第15回 [経営組織の人的側面]
授 業 計 画	第1回 経営学とは何か？／変貌する現代のビジネス 第2回 企業の目的と成果／現代の会社制度と企業経営 第3回 経営戦略の策定とその要素 第4回 簡易ケースの検討 第5回 コーポレート・ガバナンス／財務活動・資金の調達と投入 第6回 生産活動／作業改善と産業の発展 第7回 イノベーションと企業文化・組織変革、および企業倫理の改善／組織でのコミュニケーションと意思決定 第8回 リーダーシップと組織・職務満足とワークモチベーション 第9回 社会的変化と人事制度と運用 第10回 能力や仕事の評価／職務上のキャリア 第11回 消費者行動とマーケティング 第12回 e マーケティング 第13回 グループ経営／グローバル経営 第14回 簡易ケースの検討 第15回 経営とパーソナリティを考える 以上を基本とするが、詳細は初回の講義時に説明します。 ・教員の実務経験（職歴、本務先）と授業との関連性について （1989年～1990年、日本放送協会特別職制関連事業推進本部。1993年～1997年、同・総合企画室勤務。）経営戦略要素。 （2001年～2007年、コンサルティング会社勤務（複数社）。）経営戦略要素、人的資源管理

	要素。 ・アクティブ・ラーニング要素 グループワークとプレゼンテーションを行う回があります。 ■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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	レポートと出席・授業への参加度から下紀伊のとおり評価します。詳細は初回の講義時に説明いたします。 授業中の議論への参加（発言内容）・貢献度〔評価基準：授業への参加・貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度）（30%）とレポートの採点結果〔評価基準：基礎知識の理解の度合い、またその現実にあてはめることができる度合いを基準とする。〕（70%）で評価します。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト： 『現代経営入門』高橋・丹沢・花枝・三浦著（有斐閣ブックス, 2011 年）。 『基礎から学ぶ産業・組織心理学』幸田著（勁草書房, 2020 年）。 参考文献： 必要な文献はその都度または前回の講義時に指示します。
特 記 事 項	テキスト・参考文献以外の教材配布の方法について ・ほとんどの資料は、前回までの授業で事前に紙で配布します。 オリジナルに作成する資料については以下の方法で配布する。 ・授業開始前～履修申請期間は、「講義照会」で配布します。 ・履修確定後は、「教材配布」で配布します。 ・授業3日前までにアップロードします。 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します。予習、復習、グループ学習等にかかわる準備学習については指示のとおり行ってください。

科 目 名	現代法学入門
担 当 者	遠藤 輝好, 岡 伸浩, 遠山 信一郎
履 修 条 件	特になし
科目の目的 ・到達目標	(科目目的) ①経済取引契約を規律する一般法である民法ならびに関連法についての体系的・理論的な理解を深めるとともに、取引における法的紛争の実態とその予防方法などについて学ぶ。 ②会社に係る法制度および法規制について学ぶとともに、現在の企業をめぐる諸問題について基本的な理解を習得し、問題点を認識する。 (到達目標) ①体系的・論理的に民法を中心に法の仕組みについて修得する。 ②契約紛争のメカニズムやリスク管理のスキルを習得する。 ③会社をめぐる法規制に関して重要な法的ルールを学ぶとともに、現代社会における企業をめぐる諸問題を認識し、各自が問題意識を持って検討・考察する。
概 要	本講義では、取引法制の中核をなす民法、とりわけ契約法の部分と紛争解決手段の基礎、ならびにすべての会社形態に共通する法規制としての会社法の総論部分や、その中核をなす株式会社の部分を中心に解説を行い、ロールプレイや事例を通じた議論等を挟みながら、実践的に基本的な法知識と考え方を習得する。
授 業 計 画	第1回 ガイダンス（講義内容等）、現代法学入門総論 第2回 民法の体系と理論 第3回 契約法論（1）...法制度 第4回 契約法論（2）...ケーススタディ 第5回 労働契約法 第6回 労働契約法ワークショップ 第7回 消費者契約法 第8回 高齢者契約法 第9回 企業法総論 第10回 株主総会をめぐる諸問題 第11回 取締役会をめぐる諸問題 第12回 コーポレートガバナンスをめぐる諸問題（1）...法制度 第13回 コーポレートガバナンスをめぐる諸問題（2）...ケーススタディ 第14回 企業不祥事と役員の責任 第15回 企業法に関する期末試験 ・民商法に精通した弁護士が担当 ・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。

成績評価の 基準と方法	民法部分は平常点 100%（レポート、およびディスカッション等での発言頻度、内容による）（100 点満点）、企業法部分は期末試験 60%、平常点 30%、裁量点 10%（100 点満点）で評価し、民法部分と企業法部分の平均点によって最終評価する。なお、企業法部分の期末試験はレポートに替える場合がある。 課題（レポート等）に対するフィードバックは、基本的に、授業時間内で講評・解説の時間を設ける。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	民法部分：開講時に指示する 会社法部分：『会社法』（岡伸浩・弘文堂・2017 年）
特 記 事 項	講義日前までにレジュメや参考資料等は配布する予定だが、当日配布になる場合もある。課題がある場合には、事前に提示する予定。 ・予習・復習等の準備学習について 毎回授業前に C plus に掲載するレジュメやテキスト等に必ず目を通した上で出席すること。提示する課題に必ず取り組むこと。

科 目 名	企業会計入門
担 当 者	越智 信仁
履 修 条 件	簿記の実務経験があると望ましい。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：企業の決算書の作成および内容の理解・分析に必要な会計に関する基礎知識の習得を目的とする。 到達目標：貸借対照表を通して資産・負債・純資産の内容、評価基準および関係を理解し、また損益計算書を通して収益・費用の内容および計上基準を理解し、財務諸表を読む力を身につける。
概 要	会計学についてほとんど学習してこなかった人を対象として、その基礎的理論を解説する。総論として、会計の意義、種類、機能などの基礎的特質、会計を成り立たせている基本構造（簿記構造や制度的枠組み）を理解する。各論では、資産・負債・純資産（資本）・損益の各会計領域について学ぶ。なお、講義にあたっては、企業における事例を参照しながら、会計及び会計基準が経営に与える影響についてディスカッションを通して考える。
授 業 計 画	授業計画 事例演習等も適宜交えつつ、以下のテーマについて解説を行う。 第1回 インTRODクシヨン：講義の概要を紹介し、会計の意義や役割について説明する。 第2回 会計の基礎構造：複式簿記の仕組みや基礎的前提について解説し、会計の仕組みを考える。 第3回 財務諸表の作成原理：貸借対照表と損益計算書の表示区分およびその作成原理について考える。 第4回 棚卸資産の会計：棚卸資産の性質及び評価方法などについて解説し、その課題について考える。 第5回 固定資産等の会計：有形固定資産、無形固定資産、繰延資産の性質および会計処理方法について解説し、その課題について考える（1）。 第6回 続き（2）。 第7回 金融資産の会計：有価証券、デリバティブ等の金融資産の会計処理方法について解説し、その課題について考える。 第8回 負債の会計：社債、引当金および退職給付債務などの負債の会計処理方法について解説し、その課題について考える。 第9回 純資産（資本）の会計：純資産（資本）の会計における分類を解説し、資本と利益の区別について考える。 第10回 損益会計：収益・費用の計上について解説するとともに、税効果会計の意義について考える。 第11回 連結財務諸表の会計：連結財務諸表の作成方法について解説し、連結会計情報の意義について考える。 第12回 キャッシュフロー計算書の会計：キャッシュフロー計算書の作成方法について解説し、その作成の意義について考える。 第13回 経営分析の基礎：経営分析の基礎について解説し、それらの手法を特定の企業に適用する。 第14回 まとめ：会計情報による企業の評価について考える。 第15回 総括：これまでの講義内容について、総括を行う。

	・金融商品会計等の解説においては、金融実務経験（1984 年 4 月～2015 年 3 月、日本銀行勤務）も加味する。 ・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 ■遠隔授業対応授業、☐クリッカー、☐タブレット端末、☐その他（ ）、☐実施していない。
成績評価の 基準と方法	授業中の演習や課題レポートの発表・討議等の内容や参画度合いによる。 ・レポートの割合：60% 評価基準：テーマ設定の適切性や掘り下げについての考察の度合い、独自の視点があるか等を基準とする。 ・授業への貢献度の割合：40% 評価基準：授業への参加・貢献度、受講態度（発問に対する応答、意見表明、他の学生と協調して学ぶ態度等）を基準とする。 3/5(60%)以上の出席をもって成績評価の対象とし、A 評価：全体の 20%程度以内、B 評価：全体の 30%程度以内を目安とする。 ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ☑授業時間内で講評・解説の時間を設ける ☐授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキストは使用せず講義資料をポータルサイトにアップロードする。容量を超える場合には Dropbox 等を活用したデータ授受を行う（「その他の記載事項」に記した「教材の配布の方法について」を要参照）。 参考文献：授業中に指示する。
特 記 事 項	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」（ないし容量を超える資料は Dropbox）で配布をする。 ・履修確定後は「教材配布」（ないし容量を超える資料は Dropbox）で配布をする。 ・USB ないし Dropbox に第 1 回～第 15 回までの資料を一括して格納し、初回授業から全てアクセス可能にする予定。今のところ、教室での対面（出席可能な方）とリモート（Zoom）を併用したハイブリッド方式で運営予定であり、教室にきた受講生には上記の第 1 回～第 15 回までの資料を格納した USB を渡すので、その場で手持ちのパソコン等にコピーしてもらうか、大学の PC に格納されているデータを自身の USB に格納してもらう。リモート参加の受講生には、Dropbox フォルダからリンクを使って共有可能な状態にする予定（リンクは C-plus に貼り付ける予定）。 ・初回授業までに全授業の資料にアクセス可能とするが、追加資料が生じた場合には授業日の 3 日前までにアップロードする。 課題・宿題の課題テーマを提示について ・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。 ・毎回授業前に C plus 等に講義資料が掲出された際は必ず目を通して上で出席すること。また、授業の最後に課題が提示された場合には必ず取り組むこと。

科 目 名	企業会計入門
担 当 者	冨塚 嘉一
履 修 条 件	簿記・会計の実務経験があれば望ましいが、必須ではない。
科目の目的 ・到達目標	科目の目的：会計に関する基礎知識について解説するとともに、実際の企業の決算書を分析しながら、ビジネスの実態を読み取る力を養う。 到達目標：①企業の業績を読み取るために、損益計算書における収益・費用の内容および計上基準を理解する。②企業の稼ぐ力の源を知るために、貸借対照表における資産・負債・純資産の内容、評価基準および関係を理解する。③資金の調達・運用の実態を知るために、キャッシュフロー計算書における営業・投資・財務活動の内容を理解する。
概 要	会計についてほとんど学習してこなかった人を対象として、その基礎的知識を解説する。総論として、会計の意義、種類、機能、会計を成り立たせている基本構造（簿記構造や制度的枠組み）を理解する。各論では、損益計算、財政計算に注目して、収益・費用・資産・負債・純資産（資本）の基礎概念について学ぶ。なお、企業の事例分析を手掛かりにして、基礎にあるビジネスモデルについてディスカッションを通して考える。
授 業 計 画	授業計画 実際の企業の決算書を適宜取り上げながら、以下のテーマについて解説を行う。 第1回 講義の概要を紹介し、会計の意義や役割について説明する。 第2回 複式簿記の仕組みや基礎的前提について解説し、会計の仕組みを考える。 第3回 企業の業績を知るために、損益計算書の構造、収益・費用の概念について解説する。 第4回 連結財務諸表やセグメント情報の意義について解説する。 第5回 業績をもたらす原動力としての貸借対照表について、資産・負債の分類基準や測定基準について解説する。 第6回 流動資産(現金預金、売上債権、有価証券、たな卸資産など)の会計処理およびその意義について解説する。 第7回 有形固定資産・無形固定資産の会計処理およびその意義について解説する。 第8回 投資その他の資産、繰延資産の会計処理およびその意義について解説する。 第9回 負債(社債、引当金および退職給付債務など)の会計処理およびその意義について解説し、その課題について解説する。 第10回 純資産（資本）の分類方法を解説し、資本と利益の区別等について解説する。 第11回 キャッシュフロー計算書の意義および作成方法について解説する。 第12回 営業活動・投資活動・財務活動のキャッシュフローの増減の意味について解説する。 第13回 経営分析の方法および適用の意義について解説する。 第14回 経営分析の手法を特定の企業に適用し、企業の特質について考える。 第15回 総括：これまでの講義内容について、総括を行う。 なお、4回の課題レポート提出およびプレゼンテーションを通して、会計手法の意義やビジネスモデルについて理解を深める。 ・2010年～2014年：会計の専門家として非上場企業の社外監査役を務めた。

	・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 ■遠隔授業対応授業、□クリッカー、□タブレット端末、□その他（ ）、□実施していない。
成績評価の 基準と方法	課題レポート①②③各 20%、課題レポート④40%合計 100%（課題レポートについては、授業中のプレゼンテーションに対するコメントによりフィードバックする） 課題レポートの評価基準： 対象企業の選択が適切か。基礎となる会計知識が的確か。図表等が分かりやすいか。分析・コメントが適切か。その他（プレゼンテーションおよび質疑応答の態度など） ・課題（中間試験やレポート等）に対するフィードバックの方法 ■授業時間内で講評・解説の時間を設ける □授業時間に限らず、C plus 等でフィードバックを行う
テキスト・ 参考文献等	テキスト：講義資料および課題をポータルサイトにアップロードする。 参考文献：永野則雄『ケースブック会计学入門』第4版 新世社 2014、伊藤邦雄『新・現代会計入門』日本経済新聞出版社 2018 『週刊ダイヤモンド』（2017/6/10, 9/9）、『週刊東洋経済』（2017/9/9） 日商簿記検定・ビジネス会計検定・ディスクロージャー経理事務検定解説書
特 記 事 項	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 ・授業ごとの課題・宿題については、締め切り1週間前までには課題テーマを提示することとする。 ・毎回授業前に C plus にレジ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	プロジェクト研究 I	
担 当 者	生稲 史彦、石島 博、伊藤 邦雄、犬飼 知徳、佐藤 博樹、杉浦 宣彦、高村 静、田中 洋、丹沢 安治、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、松下 光司、真野 俊樹、山内 浩嗣、山本 秀男、吉田 愛、	
概 要	1人または数人の教員が関連する専門分野の中からプロジェクトテーマを設定し、そのテーマを選択した学生を対象に演習を行う。少人数のグループワークで徹底的な調査・分析・討論を行うことを通じて、入学後の学修の成果の集大成をはかる。事例研究、フィールドワーク等も必要に応じて行い、最終的には、プロジェクト・レポートを提出し、評価の対象とする。	
科目の目的・到達目標	目的：担当教員の指定するテーマについて個別あるいは共同の研究調査を行う。 目標：講義科目で修得した理論的知識、ツールを用いて、担当教員の指定するテーマについて、実務上の課題とその解決の方法と念頭に置きながら、研究調査を行う。	
成績評価の基準と方法	授業への貢献、プレゼンテーションの内容、プロジェクト・レポートによる。	
履 修 条 件	特になし。	
授 業 計 画	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）
	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）
	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。
	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。
	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。
	第28回～第30回	最終的な調査研究報告を行う。
テキスト・参考文献等		
そ の 他 特 記 事 項	個別テーマ等については別途プロジェクト研究募集要項を配布します。	

科 目 名	プロジェクト研究Ⅱ
担 当 者	生稲 史彦、石島 博、伊藤 邦雄、犬飼 知徳、佐藤 博樹、杉浦 宣彦、高村 静、田中 洋、丹沢 安治、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、松下 光司、真野 俊樹、山内 浩嗣、山本 秀男、吉田 愛、
概 要	プロジェクト研究Ⅱでは、各プロジェクト科目を1人の専任教員が担当し、その指導のもとで、プロジェクト研究Ⅰで学生が関心を深めたテーマについて、個人ごとに、又はグループでより深く研究・調査・分析を進める。この成果については、論文あるいは課題研究プロジェクト・レポートとしてまとめる。2017年度以前の入学生は、報告書、課題論文あるいは研究論文としてまとめる。
科目の目的・到達目標	目的：特定のテーマについて個別あるいは共同の課題研究プロジェクト・レポートあるいは論文を執筆する。2017年度以前の入学生は、レポート、課題論文あるいは研究論文を執筆する。 目標：講義科目で修得した理論的な知識やツールと実務とを結びつけることを念頭に置きながら、実務上の課題解決に有用な戦略策定を目的とした成果を出す。
成績評価の基準と方法	授業への貢献、課題研究プロジェクト・レポート・論文の内容による。
履 修 条 件	プロジェクト研究Ⅰを履修済みであること。
授 業 計 画	第1回・第2回 研究テーマ、調査課題の選択・検討 第3回～第6回 各自のテーマについて、導入的プレゼンテーションと質疑 第7回～第12回 研究スタイル別の討論検討 (1) 論文・プロジェクトレポートの書き方について (2) 実証研究の論文の書き方、ビジネスプランの作り方、ケーススタディの書き方などの執筆方法と方法論 (3) 理論的研究（論文の場合） 第13回～第15回 各自のテーマについてアドバンスとな報告を行う 第16回～第24回 担当教員の推薦するテキストを割り当て、報告、ディスカッションの形式で読む、または実態調査等の進捗についてディスカッションを行う。 第25回～第30回 各自の成果について、準備作業の進捗に応じて個別あるいは少人数での指導を行う他に適宜、実態調査を行う。
テキスト・参考文献等	
そ の 他 特 記 事 項	個別テーマ等については別途プロジェクト研究募集要項を配布します。

科 目 名	論文
担 当 者 (予 定)	生稲 史彦、石島 博、伊藤 邦雄、犬飼 知徳、佐藤 博樹、杉浦 宣彦、高村 静、 田中 洋、丹沢 安治、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、松下 光司、真野 俊樹、 山内 浩嗣、山本 秀男、吉田 愛、
概 要	学生（一人）がそれぞれの興味に従って研究テーマを設定し、より深い研究を進めることができるように指導を行い、論文を執筆することを目的とする。プロジェクト研究Ⅱにおいて、担当教員が課題選択、論文の構造化、参考文献の利用などについて助言を与えながら指導を行う。必要に応じて個別指導も行う。提出された論文は成果発表大会でのプレゼンテーション等を経て評価される。
科目の目的 ・到達目標	目的：特定のテーマについての論文の執筆 目標：講義科目で修得した理論的な知識やツールと実務とを結びつけることを念頭に置きながら実務上の課題解決に有用な戦略策定を目的とした成果を出す。博士後期課程への進学を希望する場合は、専攻文献の精査と学術的な新規性を目標とする。
成績評価の 基準と方法	執筆した論文ならびに成果発表大会でのプレゼンテーション（口頭発表あるいはポスターセッション等での発表）の内容および論文完成までの学修状況によって評価する。
履 修 条 件	特になし。
授 業 計 画	第1回・第2回 研究テーマ、調査課題の選択・検討 第3回～第6回 各自のテーマについて、導入的プレゼンテーションと質疑 第7回～第12回 研究スタイル別の論文検討 (1)論文の書き方について (2)実証研究の論文 (3)理論的研究 第13回～第15回 各自のテーマについてアドバンストな報告を行う。 第16回～第24回 担当教員の推薦するテキストを割り当て、報告、ディスカッションの形式で読む、または実態調査等の進捗についてのディスカッションを行う。 第25回～第30回 各自の成果について、準備作業の進捗に応じて個別あるいは少人数での指導を行う他に適宜、実態調査を行う。
テキスト・ 参考文献等	指導教員が適宜指示する。
そ の 他 特 記 事 項	

科 目 名	課題研究
担 当 者 (予 定)	生稲 史彦、石島 博、伊藤 邦雄、犬飼 知徳、佐藤 博樹、杉浦 宣彦、高村 静、 田中 洋、丹沢 安治、露木 恵美子、遠山 亮子、中村 博、松下 光司、真野 俊樹、 山内 浩嗣、山本 秀男、吉田 愛、
概 要	学生がそれぞれの興味に従ってテーマを設定し、実務に資する成果としてのプロジェクト・レポートを執筆することを目的とする。プロジェクト・レポートとは、フィールド・ラーニングの成果報告書、ビジネスプラン（事業計画書）、企業等のケーススタディなど、論文形式以外の報告書を、学生が個人あるいは複数名（2～3名）で執筆する成果物を指す。指導はプロジェクト研究Ⅰ・Ⅱ、フィールド・ラーニング等の授業において実施する。教員はプロジェクト・レポート作成のための助言を与える。提出されたプロジェクト・レポートは成果報告大会でのプレゼンテーション等を経て評価される。
科目の目的 ・到達目標	目的：特定のテーマについての個別あるいは共同で行うプロジェクト・レポートの執筆 目標：講義科目で修得した理論的な知識やツールを用いて、具体的な実務に関連した成果を出す。
成績評価の 基準と方法	執筆したプロジェクト・レポートならびに成果報告大会でのプレゼンテーション（口頭発表、ポスターセッション等）の内容およびレポート完成までの学修状況によって評価する。
履 修 条 件	特になし。
授 業 計 画	第1回・第2回 テーマの選択・検討 第3回～第6回 各自のテーマについて、導入的プレゼンテーションと質疑 第7回～第12回 最終アウトプットに合わせた執筆指導 (1) ビジネスプラン（事業計画） (2) フィールド・ラーニング報告書 (3) ケーススタディ (4) その他 第13回～第15回 各自のテーマについてアドバンストな報告を行う 第16回～第24回 フィールドワークの実施、進捗報告、ディスカッション等を繰り返し行うことで、レポートの完成度を上げていく。 第25回～第30回 最終成果発表にむけてプロジェクト・レポートを完成させると同時に、成果発表準備を行う。
テキスト・ 参考文献等	指導教員の指示に従うこと。
そ の 他 特 記 事 項	

索引（教員名 50 音順）

教員氏名	漢字科目名	学期	頁
愛場 吉子	特別講義（ビジネス・コミュニケーション）／ビジネス・コミュニケーション	M 2	74
阿部 道明	経営法務概論	M 1	23
		M 3	
生稲 史彦	経営戦略論基礎	M 3	9
	ビジネスモデル戦略論	M 1	25
	技術開発マネジメント論	M 1	92
	イノベーションの実践	M 4	90
	プロジェクト研究 I		199
	プロジェクト研究 II		200
	論文		201
	課題研究		202
池田 心豪	ダイバーシティマネジメント	M 2	135
池部 亮	アジアビジネス論	M 4	84
石島 博	プロジェクト研究 I		199
	プロジェクト研究 II		200
	論文		201
	課題研究		202
石田 惣平	インベストメントと企業リスク管理	M 4	58
石野 耕也	対行政のビジネス法務	M 4	154
石原 直子	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）	M 4	139
泉 絢也	租税戦略・事業再生と法務	M 4	150
市原 明日香	異文化理解とその実践	春季 休業 期間	86
伊藤 邦雄	財務報告論	M 2	60
		M 4	
	プロジェクト研究 I		199
	プロジェクト研究 II		200
	論文		201
	課題研究		202
伊藤 智久	ロジカルシンキング・デザインシンキング／デザインシンキング	M 1	72
犬飼 知徳	戦略と組織	M 4	31

	ビジネスモデル戦略論	M 3	27
	グローバル経営戦略論	M 2	82
	フィールドラーニング 1（戦略 1）/フィールドラーニング（戦略 1）	M 2	175
	フィールドラーニング 1（戦略 2）/フィールドラーニング（戦略 2）	M 3	177
	プロジェクト研究 I		199
	プロジェクト研究 II		200
	論文		201
	課題研究		202
井上 浩	経営法務特別研究（財務行政とその課題）	M 3	160
祝 辰也	流通・営業戦略	M 4	46
岩名 礼介	特別講義（ヘルスケアビジネス）／特別講義（ヘルスケア制度・行政論）	M 2	172
海老澤 観	ベンチャーファイナンス	M 3	147
海老原 嗣生	人的資源特別研究（日本企業の人材マネジメント）／日本企業の人材マネジメント	M 2	137
遠藤 輝好	現代法学入門	M 1	193
		M 3	
大木 栄一	業種別人的資源管理/人材サービス業論	M 3	130
大西 浩志	社会調査法	M 1	183
大野 宏	特別講義（組織開発とチームビルディング）／組織開発とチームビルディング／チームビルディングとリーダーシップ	M 3	76
岡 伸浩	現代法学入門	M 1	193
		M 3	
荻野 勝彦	キャリア管理論	M 4	133
越智 信仁	企業会計入門	M 1	195
折田 明子	特別講義（ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える）	M 2	168
鹿住 倫世	中小企業論	M 4	108
片桐 多佳子	コーチング	M 2	80
勝間 和代	対行政のビジネス法務	M 4	154
加藤 弘貴	ロジスティクス戦略論	M 4	104
木村 剛	Strategic Management and Global Leadership	M 3	116
幸田 達郎	経営学入門	M 1	191
		M 3	
小林 香	対行政のビジネス法務	M 4	154

佐藤 博樹	人的資源管理	M 1	15
	雇用管理	M 3	50
	インセンティブ・マネジメント	M 2	54
		M 4	
	業種別人的資源管理/人材サービス業論	M 3	130
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201
	課題研究		202
椎名 昌彦	カスタマー・リレーションシップ・マネジメント	M 3	120
新藤 晴臣	アントレプレナーシップとベンチャービジネス	M 2	106
	ビジネスプランニング	M 1	70
杉浦 宣彦	経営法務概論	M 1	23
		M 3	
	コンプライアンス・内部統制と法実務	M 1	64
		M 3	
	金融市場と法	M 2	66
		M 4	
	対行政のビジネス法務	M 4	154
	特別講義（金融行政とその課題）	春季 休業 期間	166
	特別講義（ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える）	M 2	168
	経営法務特別研究（財務行政とその課題）	M 3	160
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201
	課題研究		202
鈴木 智大	コーポレートファイナンスと企業戦略	M 1	19
高田 昭英	特別講義（ビジネス交渉術）／ビジネス交渉術	M 4	78
高村 静	人的資源管理	M 3	17
	雇用管理	M 1	48
	人材開発	M 2	52
		M 4	
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201

	課題研究		202
田極 春美	特別講義（ヘルスケアビジネス）／特別講義（ヘルスケア制度・行政論）	M 2	172
田中 洋	マーケティング戦略論	M 1	13
	ブランド戦略論	M 2	42
		M 4	
	マーケティング・コミュニケーション	M 2	124
	フィールドラーニング 1（ブランド構築）／フィールドラーニング（ブランド構築）	M 4	181
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201
	課題研究		202
丹沢 安治	ビジネスエコノミクス	M 1	38
		M 3	
	フィールドラーニング 1（ビジネスエコシステム）／フィールドラーニング（ビジネスエコシステム）	M 4	179
	新興国ビジネス戦略	M 2	88
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201
	課題研究		202
土田 尚弘	マーケティング・リサーチ	M 1	122
露木 恵美子	リーダーシップコア	M 1	5
		M 3	
	戦略と組織	M 2	29
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201
	課題研究		202
鶴巻 暁	租税戦略・事業再生と法務	M 4	150
遠山 信一郎	現代法学入門	M 1	193
		M 3	
遠山 亮子	経営戦略論基礎	M 1	7
	知識創造戦略論	M 2	33
		M 4	

	特別講義（組織開発とチームビルディング）／組織開発とチームビルディング／チームビルディングとリーダーシップ	M 3	76
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201
	課題研究		202
富塚 嘉一	企業会計入門	M 3	197
中村 天江	業種別人的資源管理/人材サービス業論	M 3	130
中村 博	マーケティング戦略論	M 1	11
	新製品マーケティング	M 1	118
	流通・営業戦略	M 2	44
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201
	課題研究		202
中村 勝彦	知的財産戦略と法実務（経済法との交錯）	M 3	152
生田目 崇	ビジネス・データ分析	M 3	185
野崎 英司	特別講義（金融行政とその課題）	春季 休業 期間	166
庭山 一郎	マーケティング特別研究（B to Bマーケティング）	M 2	128
服部 徹	リアルオプションと企業戦略	M 4	143
濱口 桂一郎	人的資源特別研究（日本の労働法政策）	M 1	141
藤井 基	労働関連法務	M 2	156
藤田 康範	経済学入門	M 1	189
		M 3	
淵邊 善彦	経営法務特別研究（M&A と契約・デューデリジェンス）／M&A と契約・デューデリジェンス	M 2	158
松浦 民恵	業種別人的資源管理/人材サービス業論	M 3	130
松江 英夫	特別講義（実践・変革マネジメント論）	M 3	163
松下 光司	消費者行動論	M 2	40
		M 4	
	マーケティング特別研究（マーケティング研究法）／研究方法論基礎	M 2	187
	フィールドラーニングⅠ（戦略Ⅰ）／フィールドラーニング（戦略Ⅰ）	M 2	175

	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201
	課題研究		202
松八重 泰輔	戦略とゲーム理論	M 4	100
松本 慶	特別講義（ビジネス交渉術）／ビジネス交渉術	M 4	78
真野 俊樹	高齢社会ビジネス	M 2	112
	ヘルスケア産業論	M 4	114
	ヘルスケアマーケティング	M 3	126
	ヘルスケアビジネス入門	M 1	110
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201
	課題研究		202
本橋 潤子	企業の社会的責任	M 4	68
森尾 公仁子	特別講義（組織開発とチームビルディング）／組織開発とチームビルディング／チームビルディングとリーダーシップ	M 3	76
森谷 博之	コンプライアンス・内部統制と法実務	M 1	64
		M 3	
保井 俊之	対行政のビジネス法務	M 4	154
安田 洋史	アライアンス戦略論	M 1	102
矢部 謙介	インベストメントと企業リスク管理	M 2	56
山内 浩嗣	コーポレートファイナンスと企業戦略	M 3	21
	ビジネスのための金融工学	M 1	145
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201
	課題研究		202
山本 秀男	ICT ガバナンスと企業戦略	M 2	35
		M 4	
	デジタル変革時代のサービス戦略	M 3	94
	特別講義（ネットワーク時代のセキュリティとガバナンスを考える）	M 2	168
	プログラムマネジメント	M 1	97
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201

	課題研究		202
吉田 愛	グローバル経営法務	M 1	62
		M 3	
	プロジェクト研究Ⅰ		199
	プロジェクト研究Ⅱ		200
	論文		201
	課題研究		202
吉田 武史	特別講義（ビジネス交渉術）／ビジネス交渉術	M 4	78
吉田 知玄	コンプライアンス・内部統制と法実務	M 1	64
		M 3	
Christoph Rademacher	特別講義（ビジネス交渉術）／ビジネス交渉術	M 4	78
渡辺 英克	特別講義（医療サービスビジネス）／特別講義（ヘルスケア産業における企業・財務分析）	M 3	170



CHUO GRADUATE SCHOOL OF
STRATEGIC
MANAGEMENT

中央大学ビジネススクール
MBAプログラム