

コア科目

マーケティング



担当/栗木 契 教授
Kei Kuriki

マーケティング・マネジメントは、マーケティング関連の部門に限定されない、企業の全マネジャーに必須の知識です。企業の全部門が顧客志向に貫かれていることは、現在のような変化の時代には特に重要です。二回のセミナーでは、マーケティングの基礎となるフレームワークの成り立ちと、実践への活かし方を学びます。受講生の皆さんには、このフレームワークを抽象的な論理として理解するだけではなく、国内外のさまざまな企業事例(ケース)を用いたクラス討議のなかで活用することが求められます。この対話型の学びへの積極的な参加は、皆さんの眼前の市場で何が起きているかをクリアに読み解くとともに、次の打ち手を的確に考える能力を高めることに役立つでしょう。

人材マネジメント



担当/平野 光俊 教授
Mitsutoshi Hirano

人材マネジメントを経営戦略および組織設計との結びつきを考慮しながら検討します。その際、職場における管理職としてのマネジメントではなく、人事制度の開発・設計を担う人事企画にフォーカスします。というのは、人事制度は社員の行動を規律づけ、努力の方向や水準を決める誘因(インセンティブ)システムであって、その戦略や組織との適合性が企業業績に直結するからです。

講義では講師が作成したケース教材を用いて、その合理性を理論的・実践的に議論します。ダイバーシティ、イノベーション、グローバル、雇用ポートフォリオなどがキーワードとなります。目標は人と組織に精通した「人材マネジメント型企業変革リーダー」の養成です。

ファイナンス



担当/森 直哉 教授
Naoya Mori

ビジネスが社会を支え、ファイナンスがビジネスを支えています。希少な経営資源(ヒト・モノ・カネ)を浪費しそうな企業は、有利な条件でカネを使わせてもらえません。競争的な市場メカニズムのもとで、企業はいかにカネを有効に活用できるかが問われていることとなります。

この講義では、標準的なファイナンス理論を解説します。そのうえで、具体的な事例(ケース)や演習によって、理解を深めます。新聞・雑誌記事の解説がしばしばファイナンス理論の観点からは間違っている、もしくは、十分ではないことを知る機会にもなるでしょう。

経営戦略



担当/伊藤 宗彦 教授
Munehiko Itoh

第一回、第二回の講義ともに、経営戦略について議論します。経営戦略は、会社全体の企業戦略に基づき、事業部門が決める事業戦略、部門レベルの戦略、マーケティング戦略と階層的に議論されます。本講義では、経営戦略Iでは、企業戦略を資源配分から考える、基本的な戦略論の枠組みを議論します。経営戦略IIでは、企業の成長を担う、新事業戦略について考える機会をいたします。

いずれも、基本的な内容を、わかりやすく実践的な事例を用いて講義します。さらに、ケーススタディとして、実際の企業経営を題材にしたビデオ教材を用い、グループ討議を行い、高いレベルでの実践知識の習得を目指します。

財務会計



担当/高田 知実 准教授
Tomomi Takada

経営戦略、マーケティング、ファイナンスなど企業経営における様々な意思決定の巧拙は、企業自らが作成し、株主・債権者などの利害関係者に対して公表する財務諸表(貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書など)に反映されます。このセッションでは、こうした財務諸表が作成される基本的な仕組みと、財務諸表を利用した企業業績・企業価値の評価および分析方法を中心に講義します。また、財務会計、財務報告、監査の分野における最新のトピックスについてもカバーすることで、企業会計に関連する包括的な理解を得ることを最終目標とします。

専門科目

サプライチェーン・マネジメント(SCM)

担当/松尾 博文 教授
Hirofumi Matsuo



SCM(Supply Chain Management)とは、需要を創出し、その需要を遅延無く満たす供給の仕組みを作り、管理することです。SCMを考えることは、単に流通や物流を考えるのではなく、不確実性への対処、組織間関係の構築、製造業のサービス化という重要な仕組みの問題を考える機会を提供してくれます。SCMの基礎知識を習得し、さらに、その知識を活用する方法に精通するために、ケース討議を行います。ケース討議では、グループで問題を分析し、解決をすることを学びます。

経営組織

担当/鈴木 竜太 教授
Ryuta Suzuki



この「経営組織」のセッションでは、いかにして職場や組織、チームを活性化し、集団の力を高めていくのか、という点に関して、組織行動論と経営組織論から理解を深めてもらおうと考えています。その際には、二つの視点を考えることが重要となります。一つは個人の視点です。つまり個人がどのような論理(あるいは心理)で行動を行うのかという視点。もう一つは組織の視点です。つまり組織あるいは管理する側がどのような論理(あるいは目的)で管理を行うのかという視点です。管理する側の考えだけでマネジメントを行っても、組織や職場は活性化しません。一方で、個人の考えを尊重するだけでも、組織や職場の力はうまく統合されません。マネジメントにおいては両方の視点をバランス良く考える必要があります。

このセッションでは、このような観点から組織行動論と経営組織論のトピックスについて紹介しながら、ディスカッションを交えて理解を深めてもらおうと考えています。

技術経営

担当/原 拓志 教授
Takuji Hara



「技術経営(MOT)」という言葉が知られるようになってきました。技術は重要な経営資源だから経営戦略に即して注意深く管理すべきだ、そして企業の繁栄のためにイノベーションを絶えず追求すべきだということは、いまや周知のことだといえるでしょう。しかし、いつもイノベーションに注意を払い、きちんと研究開発努力をしているのに、売り上げが伸びなかったり、利益が得られなかったり、市場を失ってしまったりすることがあります。いったい何が問題なのでしょうか?

このセッションの目標は、技術、市場、組織のダイナミクスを理解し、効果的にマネジメントするために、技術経営の基本的な考え方を、具体例やディスカッションを交えながら学ぶことです。

プロジェクト研究

現状がどうなっているかという調査研究ではなく、なぜ、どのようにというような問いを研究課題とし、企業経営の考察に強い印象を与えるような課題を設定することが要求されます。フィールド調査、2次データ、既存研究を論拠として、これらにより、仮説が説得力を持っていることを重視します。本ビジネススクールの最終日にプロジェクト研究の発表会を行い、研究結果の共有と、さらに発展した討議を行います。

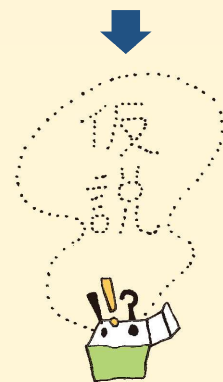
進め方



問題意識を共有する
受講者同士でグループを形成



研究課題と
リサーチクエスチョンを設定



仮説の構築