

目 次

I	行事予定	5
II	履修手続きの注意事項	9
III	授業科目一覧	15
IV	2011 年度開講科目	21
	基礎科目群	23
	専門科目群	
	ファイナンス領域	58
	グローバル複合領域	115
	リアルエステート領域	143
	マネジメント領域	170
	アカウンティング領域	228
	マーケティング領域	270
	論文演習	317
V	教員 E-mail アドレス一覧	354

グローバル・ビジネス研究科グローバル・ビジネス専攻の 人材の養成に関する目的及び教育研究上の目的

価値創造を目指す企業の経営環境は、自由化、情報化、技術革新、グローバル化の中にあり、知識を基礎とした経済の進化の大きな潮流の中、企業をめぐる競争はますます厳しくなっていく。進化は、企業のコアコンピタンスやビジネスモデルの陳腐化リスクを高めていく。知識の競争の時代であり、人的資源の絶えざる高度化が必要な時代である。

グローバル・ビジネス研究科グローバル・ビジネス専攻は、企業経営の基本コンセプトは価値を創り出すものと毀損するものへの対応能力であるとみて、その開発を目指し、ビジネスプロフェッショナルを目指す社会人の人材高度化教育基盤として、企業の価値創造活動に貢献することを目的としている。

そのため「先進性と総合性と実践性」をもつカリキュラムの下に、企業経営に関する戦略的思考法並びに専門的・実践的知識及びスキルを修得させ、それを高い倫理性の下に活用できる能力を涵養する。特に、社会や個人の多様なニーズに対応して、企業経営の基本的知識と基本スキル、問題発見・対応能力とそのスキル、イノベーション能力とそのスキルを修得させ、「知識とリスクの時代」にプロアクティブに進化に対応できるビジネスプロフェッショナルを育成し、もって価値創造の源泉としての知的人的資本の高度化することを目的にする。

グローバル・ビジネス研究科 教育課程編成・実施方針 (カリキュラム・ポリシー)

教育課程の理念

本研究科では、高い倫理感と深い責任感を持ちつつ実践的に社会に貢献できる高度専門職業人を育成します。

教育課程の構成

本研究科の入学志望者は各職場で高度の問題意識を持った人材ではありますが、多様な背景をもち各専門知識の深度は大きく異なります。そのために本研究科では基礎科目を設け、学生の基礎学力の育成を試んでいます。さらに基礎科目を固めたうえでマネジメント、マーケティング、ファイナンス、会計・税務、不動産、グローバル複合領域に関する科目に取り組むことが期待されています。各領域では理論科目とケースによる学習を行う科目、演習科目が組み合わされています。効率的に理論を学び、最新の最先端の事例に取り組み、各自が自発性を持って企業や組織の抱える課題を普遍的なものに洗練させ、理論化したうえで解決することができるように、カリキュラムが構成されています。

教育課程の特長

各科目の担当者は専門の研究者のほか、実践的知識を備えた企業経営者やアナリストなどの実務家を起用しています。授業の方法は、少人数教育、双方向・多方向、ケーススタディ、英語講義などを最も効率的に柔軟に組み合わせています。修了には修士論文に相当する論文を課しており、そのために各自の興味ある主題に対して徹底した討論と個別指導を通じて、単に論文作成能力だけでなく思考能力や分析能力を高めます。このようなカリキュラムと指導を通じて博士後期課程への進学にも備えることが可能となります。また本研究科では進化を続けるビジネス、テクノロジーや学問に適応できるように卒業後も科目等履修制度と同窓会制度により、生涯学習と知識のリファインを続けていくことが保障されています。

グローバル・ビジネス研究科 学位授与方針 (ディプロマ・ポリシー)

目指すべき人材像

現代の企業の経営環境は、自由化、情報化、技術革新、グローバル化の中にあり、知識を基礎とした経済の進化の大きな潮流の中で、企業をめぐる競争はますます激しくなっています。進化は企業のコアコンピタンスやビジネスモデルの陳腐化リスクを高めています。現代は知識の競争の時代であり、人的資源の耐えざる高度化が企業のみならず社会のあらゆる側面で必要な時代です。本研究科は企業や組織にイノベーションを巻き起こし、価値創造に貢献できるビジネスプロフェッショナルとしての高度専門職業人の養成を目的としています。

そのための具体的到達目標

本研究科は、企業や組織の基本コンセプトは価値を創りだすものと毀損するものへの対応能力であることとみて、その開発を目指しています。先進性と総合性と実践性を持つカリキュラムのもとに、企業経営に関する戦略的思考法並びに専門的・実践的知識及びスキルを習得させ、それを高い倫理性のもとに活用できる能力を涵養します。特に社会や個人の多様なニーズに柔軟に対応して、経営の基本知識とスキル、問題発見・対応能力とそのスキル、イノベーション能力とそのスキルを習得させることを目標としています。具体的には、企業の経営管理、マーケティング、ファイナンス、財務・管理会計、税務、不動産運用に関する科目を設置することによって、これらを総合するトップマネジメントにかかわる起業家や各種コンサルタントを育成します。さらに、非営利組織に関する上記の能力やスキルに熟達した経営の専門家の育成も目指しています。特に本研究科では、各専門分野の科目をバランスよく履修するとともに、各人の個性に応じて特定の専門分野を深く掘り下げて学習し、社会や企業で役立つ実践的知識を習得するとともに、理論学習においても博士後期課程への進学も可能な水準まで到達することを目標としています。

I 行事予定

2011 年度専門職大学院学年暦・行事予定 (グローバル・ビジネス研究科)

【前期】4月1日(金)～9月19日(月)

学習指導, 健康診断

オリエンテーション, 新入生懇親会(1年生)

入学式

授業開始

履修登録期間

個人別履修登録時間割表公開

履修修正期間

修士論文予備登録(9月修了予定者)

修士論文提出(9月修了予定者)

授業終了

前期補講

修士論文面接(9月修了予定者)

夏季休業

修了式(前期)

4月2日(土)～4月9日(土)

4月2日(土)

4月7日(木)

4月11日(月)

4月11日(月)～4月17日(日)

4月20日(水)

4月20日(水)～4月30日(土)

5月中旬

7月上旬

7月23日(土)

7月25日(月)～7月30日(土)

7月下旬(土)

8月1日(月)～9月19日(月)

9月19日(月)

Calendar [2011]

April 2011

日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

学習指導
健康診断

入学式

授業開始

May 2011

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

June 2011

日	月	火	水	木	金	土
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

July 2011

日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

授業終了

補講

August 2011

日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6			
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

September 2011

日	月	火	水	木	金	土
					1	2
				3		
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

授業開始

休日
授業実施日

2011 年度授業時間割表〈平日〉

1 時限	2 時限
18:55～20:25	20:30～22:00

【後期】9月20日（火）～3月31日（土）

授業開始	9月20日（火）
履修修正期間	10月3日（月）～10月8日（土）
個人別履修登録時間割表（後期）公開	10月12日（水）
修士論文予備登録（2年生）	10月中旬
創立記念祝日（休講）	11月1日（火）
学園祭 明大祭（和泉校舎）	11月3日（木）～11月5日（土）
指導教員と修士論文に関する説明会（1年生）	12月中旬
指導教員予備登録提出（1年生）	12月下旬
冬季休業	12月25日（日）～1月7日（土）
修士論文提出（2年生）	1月上旬
修士論文面接（2年生）	1月21日（土）予定
授業終了	1月27日（金）
後期補講	1月28日（土）～2月3日（金）
修了式・学位記授与式の案内送付（2年生）	3月中旬
修了式・学位記授与式	3月26日（月）

※休日授業実施日 9月23日（金）〔秋分の日〕
1月17日（火）〔創立記念日〕

Calendar [2011]

October 2011

日	月	火	水	木	金	土
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

November 2011

日	月	火	水	木	金	土
			1	2	3	4
			5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

December 2011

日	月	火	水	木	金	土
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

January 2012

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

February 2012

日	月	火	水	木	金	土
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			

March 2012

日	月	火	水	木	金	土
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

2011年度授業時間割表〈土曜〉

1時限	2時限	3時限	4時限	5時限
9:00～10:30	10:40～12:10	13:00～14:30	14:40～16:10	16:20～17:50
6時限	7時限			
18:00～19:30	19:40～21:10			

II 履修手続きの注意事項

修了要件について

- 1 本研究科においては原則として2年以上在学し、46単位以上を修得しなければなりません。
- 2 指導教員による必要な専門職指導を受けた上で、専門職成果報告書を作成しなければなりません。
- 3 1年間に履修できる単位数の上限は36単位とします。
- 4 基礎科目群から、6単位以上を修得しなければなりません。
- 5 指導教員を1年次の最後に決定し、「論文演習Ⅰ・Ⅱ」は2年次に履修し、単位を修得しなければなりません。

履修にあたっての注意事項

履修登録は、学年の始めに、定められた期日までにWEB上で行わなければなりません。

ただし、履修修正期間中に変更することを認めます。履修修正期間終了後は理由の如何を問わず、変更を認めません。後期期間の始めにある履修修正期間では、後期開講科目のみ変更ができます。

履修登録について

1. 履修登録について

学年始めの所定の時期に、下記のとおり履修登録を行う必要があります。また、後期の所定の時期に、後期開講科目に限り、履修修正を行うことができます。

この登録を正しく行わなかった場合、受講した科目の単位が認定されませんので注意してください。

2 WEB 履修システムについて

指定された期日までに WEB 履修システムを使って履修登録を行ってください。WEB 履修システムは、以下の WEB ページよりアクセスしてください。WEB 履修システムでは共通認証用パスワード (Oh-o!Meiji システムと同様)が必要になります。利用方法の詳細については、システム内のヘルプを参照してください。(研究科窓口でも別途簡単な案内を配布します。)

グローバル・ビジネス研究科 WEB ページ : <http://www.meiji.ac.jp/mbs/>

3 「個人別時間割表」の確認

WEB 履修登録後の 4 月下旬及び後期の履修修正後に Oh-o!Meiji ポータルページにて公開しますので、必ず確認してください。

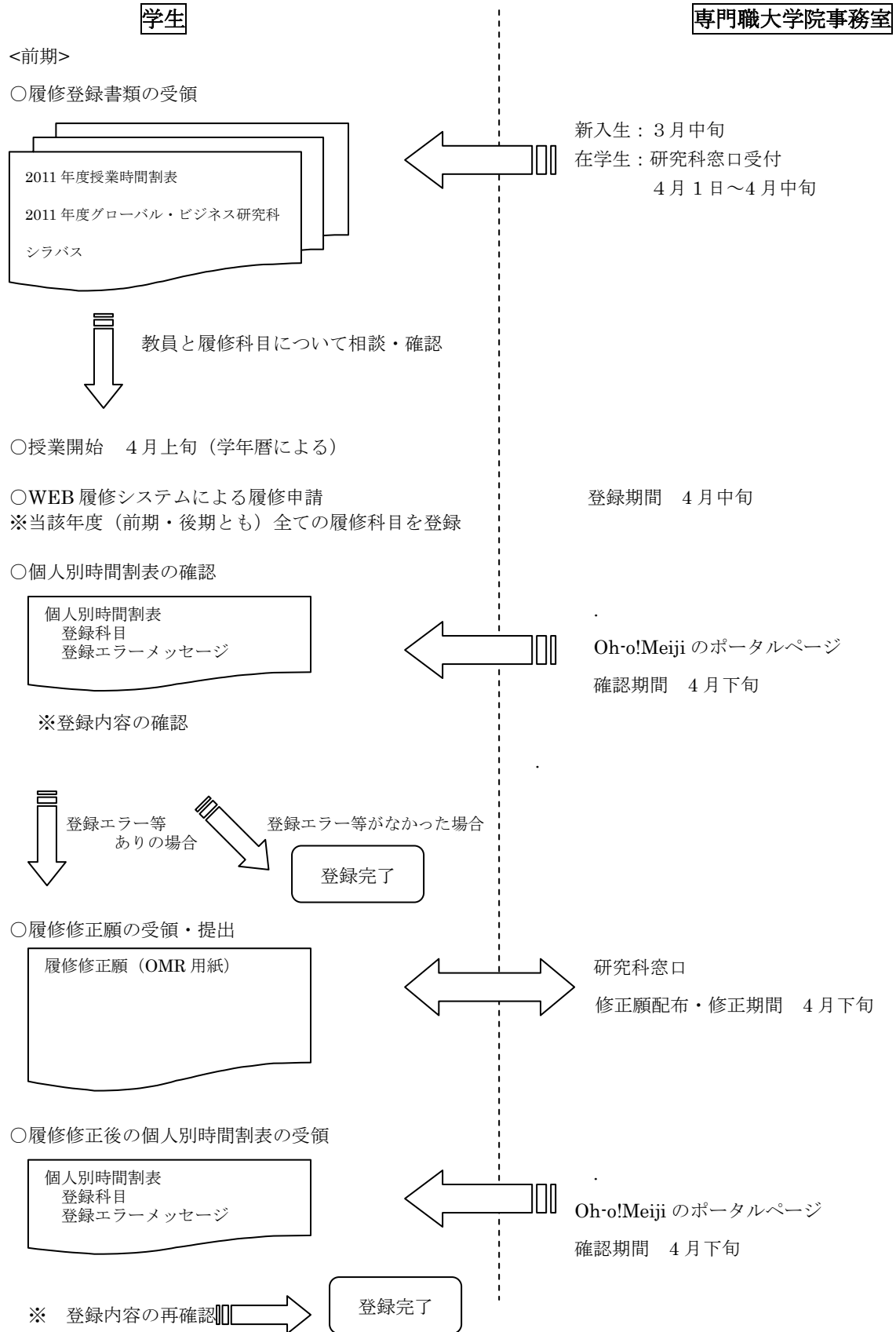
4 履修登録スケジュール

シラバス・暫定版時間割表の配布	3 月下旬
時間割表の配布	4 月初旬
WEB 履修登録締切	4 月中旬
個人別時間割表・登録内容の確認	4 月下旬
履修登録不備の修正 (OMR 用紙)	4 月下旬
WEB 履修修正 (後期開講科目に限る)	10 月初旬
個人別時間割表・修正内容の確認	10 月中旬

5 履修上の注意事項

- (1) 在學生は研究科窓口で、時間割表、シラバスを受け取ってください。新入生は入学ガイダンス時に配布します。
- (2) 履修登録後、個人別時間割表を履修修正期間内に確認してください。この期間を過ぎますと科目の追加・変更・取消は認められません。
- (3) 病気その他のやむを得ぬ理由によって履修登録期間に手続きできない場合は、事前に研究科窓口まで連絡してください。

【履修登録スケジュール・登録完了までの流れ】

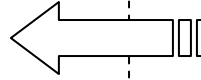


学生

専門職大学院事務室

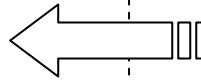
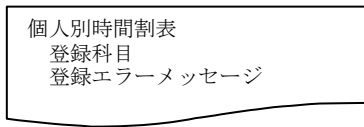
<後期>

- 授業開始 9月下旬(学年暦による)
- 履修修正(後期開講科目に限る)



修正期間 10月上旬

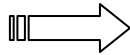
- 履修修正後の個人別時間割表の確認



Oh-o!Meiji のポータルページ

確認期間 10月中旬

※登録内容の再確認



登録完了

Ⅲ 授業科目一覽

授業科目及び担当者

基礎科目群					
授業科目	単位数	配当年次	職格	担当者	ページ
マネジメント入門	2	1.2	教授	野田 稔	23
オペレーション入門	2	1.2	教授	杉野 周	25
ゲーム論と企業戦略	2	1.2	兼任講師	丸田 利昌	26
社会心理学	2	1.2	兼任講師	仁科 貞文	28
ベーシック・マーケティング	2	1.2	教授	近藤 隆雄	29
流通論	2	1.2	教授	上原 征彦	31
財務会計論	2	1.2	教授	山口 不二夫	33
管理会計論	2	1.2	教授	落合 稔	35
税務会計入門	2	1.2	教授	小林 剛	37
租税法概論	2	1.2	教授	川田 剛	39
ファイナンスのための数理基礎	2	1.2	教授	乾 孝治	41
基礎統計学	2	1.2	兼任講師	福地 純一郎	42
ポートフォリオ論	2	1.2	兼任講師	伊藤 敬介	43
マクロ経済学	2	1.2	(情)教授	富樫 光隆	45
ミクロ経済学	2	1.2	兼任講師	天利 浩	47
計量経済学	2	1.2	2011年度未開講		
国際金融論	2	1.2	兼任講師	高田 創	49
多変量解析	2	1.2	(商)准教授	水野 誠	50
金融工学入門	2	1.2	教授	王 京穂	52
不動産基礎	2	1.2	特任教授	村木 信爾	54
特殊講義(確率論入門)	2	1.2	(理)教授	対馬 龍司	56

ファイナンス領域

専門科目群					
授業科目	単位数	配当年次	職格	担当者	ページ
コーポレート・ファイナンス	2	1.2	教授	木村 哲	58
みずほ証券寄附講座 コーポレート・ファイナンス(特論)	2	1.2	客員教授	幸田 博人	60
株価バリュエーションモデル	2	1.2	教授	木村 哲	62
エクイティ・インベストメント	2	1.2	教授	木村 哲	64
金利・債券分析論	2	1.2	(商)教授	北岡 孝義	66
派生商品の基礎	2	1.2	教授	王 京穂	68
派生商品(演習)	2	1.2	教授	王 京穂	70
金融市場分析論	2	1.2	教授	乾 孝治	71
金融市場分析論(演習)	2	1.2	教授	乾 孝治	73
数理ファイナンス論Ⅰ	2	1.2	教授	刈屋 武昭	74
数理ファイナンス論Ⅱ	2	1.2	教授	刈屋 武昭	76
金融リスク・マネジメント	2	1.2	教授	乾 孝治	78
金融リスク・マネジメント(演習)	2	1.2	教授	乾 孝治	80
金融商品の基礎	2	1.2	教授	王 京穂	81
金融商品(演習)	2	1.2	教授	王 京穂	83
証券化技術	2	1.2	教授	王 京穂	84
証券化関連法	2	1.2	兼任講師	片山 典之	86
アセット・アロケーション論	2	1.2	教授	木村 哲	88
アセット・アロケーション論(演習)	2	1.2	教授	木村 哲	90
年金マネジメント	2	1.2	教授	木村 哲	92
投資信託と投資ファンド	2	1.2	教授	木村 哲	94
行動ファイナンス論	2	1.2	兼任講師	岩沢 誠一郎	96
M&A分析	2	1.2	准教授	山村 能郎	98
ファイナンシャル・サービス・イノベーション	2	1.2	教授	王 京穂	99
金融商品取引法入門	2	1.2	兼任講師	三 神 明	101
金融論	2	1.2	兼任講師	小田切 尚登	103

授業科目	単位数	配当年次	職格	担当者	ページ
ファイナンスのためのVBA入門	2	1.2	教授	木村 哲	105
ビジネス・データ解析	2	1.2	教授	乾 孝 治	107
年金と保険のALM	2	1.2	教授	乾 孝 治	109
資産運用のR&D	2	1.2	教授	乾 孝 治	111
ケース・スタディ (ファイナンス)	2	1.2	教授	木村 哲	113

グローバル複合領域

専門科目群					
授業科目	単位数	配当年次	職格	担当者	ページ
リアル・オプション論	2	1.2	教授	刈屋 武 昭	115
エンタープライズ・リスクマネジメント	2	1.2	教授	刈屋 武 昭	117
無形資産経営論	2	1.2	教授	刈屋 武 昭	119
知的資本戦略論	2	1.2	兼任講師	関 大 地	120
人的資産価値経営	2	1.2	兼任講師	渡 部 昭 彦	122
事業リスク・マネジメント	2	1.2	教授	刈屋 武 昭	124
事業リスク・マネジメント分析法	2	1.2	教授	刈屋 武 昭	126
企業戦略分析論	2	1.2	教授	刈屋 武 昭	127
CSRと企業経営	2	1.2	兼任講師	光 成 美 樹	128
グローバル経営	2	1.2	教授	青 井 倫 一	130
グローバル経営 (演習)	2	1.2	教授	青 井 倫 一	132
グローバル・ビジネス・スタディ	2	1.2	准教授	アンダーセン, ヘンリー	133
ビジネス・コミュニケーション	2	1.2		2011年度未開講	
グローバル発想とリーダーシップ・スキル	2	1.2	准教授	アンダーセン, ヘンリー	135
創造的リーダーシップ	2	1.2	准教授	アンダーセン, ヘンリー	137
マーケティング・イノベーション	2	1.2	准教授	アンダーセン, ヘンリー	139
グローバル消費者価値とライフスタイル	2	1.2	准教授	アンダーセン, ヘンリー	141
多文化チームマネジメント	2	1.2		2011年度未開講	
ビジネス・プレゼンテーション・スキル	2	1.2		2011年度未開講	

リアルエステート領域

専門科目群					
授業科目	単位数	配当年次	職格	担当者	ページ
不動産金融工学	2	1.2		2011年度未開講	
不動産ファイナンス論	2	1.2	准教授	山村 能 郎	143
ストラクチャード・プロジェクト・ファイナンス	2	1.2	兼任講師	山下 明 男	145
不動産開発論	2	1.2	兼任講師	信 田 直 昭	147
都市計画論	2	1.2	准教授	山村 能 郎	149
不動産私法・税制	2	1.2	特任教授	村 木 信 爾	150
不動産投資論	2	1.2	准教授	山村 能 郎	151
不動産投資論 (演習)	2	1.2		2011年度未開講	
プロパティ・マネジメント論	2	1.2	特任教授	村 木 信 爾	153
不動産鑑定評価Ⅰ	2	1.2	兼任講師	石 塚 輝 夫	154
不動産鑑定評価Ⅱ	2	1.2	兼任講師	奥 田 かつ 枝	156
空間経済分析	2	1.2	准教授	山村 能 郎	158
不動産市場分析	2	1.2	准教授	山村 能 郎	160
不動産価格分析論	2	1.2	特任教授	村 木 信 爾	161
不動産プロフェッショナルサービス論	2	1.2	特任教授	村 木 信 爾	162
CRE (企業不動産) マネジメント	2	1.2	特任教授	村 木 信 爾	164
不動産価値評価の諸問題	2	1.2	特任教授	村 木 信 爾	166
ケース・スタディ (リアルエステート)	2	1.2	兼任講師	深 井 聡 明	167
ケース・スタディ (リアルエステート)	2	1.2	特任教授	村 木 信 爾	169

マネジメント領域

専門科目群						
授業科目	単位数	配当年次	職格	担当者	ページ	
経営戦略Ⅰ ※	2	1.2	兼任講師	大月 博 司	170	
経営戦略Ⅱ	2	1.2	教授	青井 倫 一	172	
経営戦略Ⅲ	2	1.2	教授	青井 倫 一	174	
戦略マネジメント	2	1.2	(営)准教授	歌 代 豊	176	
マネジリアル・エコノミクス	2	1.2	教授	青井 倫 一	178	
マネジリアル・エコノミクス (演習)	2	1.2	教授	青井 倫 一	180	
ファミリービジネス	2	1.2	教授	青井 倫 一	181	
交渉分析	2	1.2	教授	青井 倫 一	183	
ベンチャー・ビジネス	2	1.2	兼任講師	増田 一 之	185	
著作権ビジネス	2	1.2	2011年度未開講			
企業法務	2	1.2	兼任講師	石上 麟 太 郎	187	
経営組織論	2	1.2	教授	野 田 稔	189	
組織行動論	2	1.2	教授	野 田 稔	191	
ヒューマン・リソース・マネジメント	2	1.2	教授	野 田 稔	193	
ヒューマン・リソース・マネジメント (演習)	2	1.2	教授	野 田 稔	195	
人材育成論	2	1.2	教授	野 田 稔	196	
キャリア開発	2	1.2	(営)教授	中 西 晶	198	
コーポレート・ガバナンス	2	1.2	兼任講師	関 孝 哉	200	
経営史	2	1.2	兼任講師	後 藤 伸	202	
企業倫理	2	1.2	兼任講師	山 口 善 昭	203	
ナレッジ・マネジメント	2	1.2	教授	杉 野 周	205	
ナレッジ・マネジメント (演習)	2	1.2	教授	杉 野 周	207	
自己表現	2	1.2	兼任講師	三 輪 えり花	209	
オペレーション	2	1.2	兼任講師	竹 之 内 隆	211	
情報システム	2	1.2	教授	杉 野 周	213	
情報システム (演習)	2	1.2	教授	杉 野 周	215	
ネットビジネス	2	1.2	兼任講師	高 橋 一 貢	217	
プロジェクト・マネジメント	2	1.2	2011年度未開講			
サプライチェーン・マネジメント	2	1.2	(商)兼任講師	橋 本 雅 隆	218	
イノベーション論	2	1.2	兼任講師	山 川 義 介	220	
ケース・スタディⅠ (マネジメント)	2	1.2	教授	杉 野 周	222	
ケース・スタディⅡ (マネジメント)	2	1.2	教授	杉 野 周	223	
ケース・スタディⅢ (マネジメント)	2	1.2	教授	野 田 稔	224	
ケース・スタディⅣ (マネジメント)	2	1.2	教授	野 田 稔	226	

※ 2010年度までに「経営戦略」を修得した学生は履修不可。

アカウンティング領域

専門科目群						
授業科目	単位数	配当年次	職格	担 当 者	ページ	
企業分析	2	1.2	教授	山 口 不 二 夫	228	
企業分析 (演習)	2	1.2	教授	山 口 不 二 夫	230	
非営利組織の会計	2	1.2	教授	山 口 不 二 夫	231	
非営利組織の会計 (演習)	2	1.2	教授	山 口 不 二 夫	233	
経営戦略会計Ⅰ	2	1.2	教授	落 合 稔	234	
経営戦略会計Ⅰ (演習)	2	1.2	教授	落 合 稔	236	
経営戦略会計Ⅱ	2	1.2	2011年度未開講			
経営戦略会計Ⅱ (演習)	2	1.2	2011年度未開講			
国内租税法	2	1.2	教授	川 田 剛	237	
国内租税法 (演習)	2	1.2	教授	川 田 剛	239	
国際租税法	2	1.2	教授	川 田 剛	240	
国際租税法 (演習)	2	1.2	教授	川 田 剛	242	
国際会計論	2	1.2	兼任講師	石 井 明	243	
会計実務	2	1.2	(商)兼任講師	渡 邊 智	244	

授業科目	単位数	配当年次	職格	担当者	ページ
中小企業の会計	2	1.2	兼任講師	赤 岩 茂	246
会計監査論	2	1.2	(会) 教授	長 吉 眞 一	248
業績評価会計	2	1.2	(ガ) 兼任講師	石 井 宏 宗	250
企業評価論	2	1.2	兼任講師	小 西 昭 博	251
キャッシュ・フロー・マネジメント会計	2	1.2	兼任講師	石 井 誠	253
株式公開と会計	2	1.2	兼任講師	宮 直 仁	255
実践M&A	2	1.2	兼任講師	岡 俊 子	257
ビジネス・ゲーム	2	1.2	2011 年度未開講		
社内コンサルティング・トレーニング	2	1.2	兼任講師	小 山 孔 司	259
国際会計実務	2	1.2	兼任講師	石 井 明	261
管理会計実務	2	1.2	兼任講師	川 野 克 典	262
税務会計	2	1.2	客員教授	下 村 英 紀	264
ケース・スタディ I (アカウンティング)	2	1.2	兼任講師	中 井 稔	265
ケース・スタディ II (アカウンティング)	2	1.2	教授	川 田 剛	267
ケース・スタディ III (アカウンティング)	2	1.2	教授	落 合 稔	268

マーケティング領域

専門科目群					
授業科目	単位数	配当年次	職格	担当者	ページ
マーケティング環境分析	2	1.2	兼任講師	中 島 聡	270
消費社会論	2	1.2	兼任講師	福 田 優 二	272
グローバル・マーケティング	2	1.2	准教授	アンダーセン, ヘンリー	274
戦略マーケティング	2	1.2	教授	上 原 征 彦	275
戦略マーケティング (演習)	2	1.2	教授	上 原 征 彦	277
マーケティング競争	2	1.2	教授	上 原 征 彦	278
マーケティング競争 (演習)	2	1.2	教授	上 原 征 彦	280
サービス・マーケティング	2	1.2	教授	近 藤 隆 雄	281
サービス・マーケティング (演習)	2	1.2	教授	近 藤 隆 雄	283
ヘルスケア・マーケティング	2	1.2	教授	近 藤 隆 雄	284
ヘルスケア・マーケティング (演習)	2	1.2	教授	近 藤 隆 雄	286
e- マーケティング	2	1.2	兼任講師	高 橋 一 貢	287
消費者行動論	2	1.2	特任教授	富 狭 泰	288
広告論	2	1.2	特任教授	富 狭 泰	290
ブランド・マーケティング	2	1.2	兼任講師	守 谷 一 誠	292
グローバル・マーケティング・コミュニケーション	2	1.2	(情) 教授	山 口 生 史	294
ビジネス・マーケティング	2	1.2	(商) 教授	大 友 純	296
流通マネジメント	2	1.2	教授	上 原 征 彦	298
サービス・マネジメント	2	1.2	教授	近 藤 隆 雄	300
マーケティング本質論	2	1.2	2011 年度未開講		
CRM(データ・マイニング)	2	1.2	兼任講師	山 川 義 介	302
ロジスティクス論	2	1.2	(商) 兼任講師	橋 本 雅 隆	304
マーケット・リサーチ	2	1.2	特任教授	富 狭 泰	306
マーケティング・ワークショップ I	2	1.2	特任教授	富 狭 泰	308
マーケティング・ワークショップ II	2	1.2	教授	近 藤 隆 雄	310
ケース・スタディ I (マーケティング)	2	1.2	教授	近 藤 隆 雄	311
ケース・スタディ II (マーケティング)	2	1.2	教授	上 原 征 彦	313
ケース・スタディ III (マーケティング)	2	1.2	特任教授	富 狭 泰	315

論文演習

授業科目	単位数	配当年次	職格	担当者	ページ
論文演習 I	2	2	教授	刈 屋 武 昭	317
論文演習 I	2	2	教授	上 原 征 彦	318
論文演習 I	2	2	教授	近 藤 隆 雄	319
論文演習 I	2	2	教授	山 口 不 二 夫	320
論文演習 I	2	2	教授	木 村 哲	321

授業科目	単位数	配当年次	職格	担当者	ページ
論文演習Ⅰ	2	2	教授	川 田 剛	322
論文演習Ⅰ	2	2	教授	落 合 稔	323
論文演習Ⅰ	2	2	教授	杉 野 周	324
論文演習Ⅰ	2	2	教授	野 田 稔	325
論文演習Ⅰ	2	2	教授	乾 孝 治	326
論文演習Ⅰ	2	2	教授	王 京 穂	327
論文演習Ⅰ	2	2	教授	青 井 倫 一	328
論文演習Ⅰ	2	2	准教授	山 村 能 郎	329
論文演習Ⅰ	2	2	准教授	アンダーセン, ヘンリー	330
論文演習Ⅰ	2	2	特任教授	富 狭 泰	331
論文演習Ⅰ	2	2	特任教授	村 木 信 爾	332
論文演習Ⅰ	2	2	客員教授	下 村 英 紀	333
論文演習Ⅰ	2	2	客員教授	小 林 剛	334
論文演習Ⅱ	2	2	教授	刈 屋 武 昭	335
論文演習Ⅱ	2	2	教授	上 原 征 彦	336
論文演習Ⅱ	2	2	教授	近 藤 隆 雄	337
論文演習Ⅱ	2	2	教授	山 口 不 二 夫	338
論文演習Ⅱ	2	2	教授	木 村 哲	339
論文演習Ⅱ	2	2	教授	川 田 剛	340
論文演習Ⅱ	2	2	教授	落 合 稔	341
論文演習Ⅱ	2	2	教授	杉 野 周	342
論文演習Ⅱ	2	2	教授	野 田 稔	343
論文演習Ⅱ	2	2	教授	乾 孝 治	344
論文演習Ⅱ	2	2	教授	王 京 穂	345
論文演習Ⅱ	2	2	教授	青 井 倫 一	346
論文演習Ⅱ	2	2	准教授	山 村 能 郎	347
論文演習Ⅱ	2	2	准教授	アンダーセン, ヘンリー	348
論文演習Ⅱ	2	2	特任教授	富 狭 泰	349
論文演習Ⅱ	2	2	特任教授	村 木 信 爾	350
論文演習Ⅱ	2	2	客員教授	下 村 英 紀	351
論文演習Ⅱ	2	2	客員教授	小 林 剛	352

※研究科間共通科目のシラバスは別冊となります。配布は専門職大学院事務室で行います。

IV 2011年度開講科目

科目名		単位	担当教員名
マネジメント入門		2単位	野田 稔
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>「マネジメントとは、成果に対する責任に由来する客観的な機能である」とは、かのピーター・ドラッカーがその大著、「マネジメント～課題・責任・実践 ("Management: Tasks, Responsibilities, Practice" Drucker, P.F., 1973)」において喝破した言葉である。また同時に、現代社会が組織なくして何事もなしえず、これに対峙する概念が全体主義であるとした上で、全体主義からわれわれを守る唯一の策が、組織に成果をあげさせ得るマネジメントだ、と言い切る。これほどマネジメントの意味するところを端的に述べた言葉もなからう。ドラッカーによれば、マネジメントとは組織をして成果をあげさしめる、一連の行為そのものであり、組織なくしてマネジメントはなく、またマネジメントなくして組織は存立し得ない。この定義からすると、マネジメントの最も適切な日本語訳は、「成果追求のための組織運営法」と言うことになる。マネジメントの一般的範疇は、(1)生産性向上のための管理法諸説、(2)成果を生む組織構造構築（マクロ組織論）、(3)人と組織の関係性を考える人材マネジメント（マイクロ組織論）、(4)将来のためのマネジメント開発、(5)管理会計、(6)マーケティング、(7)長期プランニング（前出"Management: Tasks, Responsibilities, Practice"より一部改変）となっているが、本コースでは他のコースとの関係性も考慮し、とりわけ(1)、(2)、(3)および(7)に焦点を当てて議論する。ただし、本コースはあくまでもこれから続くマネジメントの各論へのイントロダクションであることを考え、詳細な知識よりも、概念としてのマネジメントを感覚的に理解することに主眼をおきたい。それゆえ、受講者にはマネジメント緒論に関する知識は要求しないが、自らの今までの組織体験を重視し、概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。講義中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。</p>			
授 業 内 容			
1	イントロダクション～マネジメント論の意義と限界	マネジメントとは何かを考える。体系を鳥瞰図的に見た上で、マネジメント論を学び始めるにあたり、マネジメント論の意義と限界を確認したい。企業などでの体験を中心とした自己紹介を行なう。	
2	企業とは何か？～企業の社会的役割	「企業とは何か？」を考える。マネジメントの対象は組織そのもの。企業だけが対象ではない。そこで、企業とその他の組織を比較する中で企業の社会的意味を捉えたい。議論の中から独自の定義を作る。	
3	生産性向上のための諸説(1)	マネジメントの最も基本的な命題である、生産性向上に向けた取り組みについて学ぶ。科学的管理法からTQMにいたる科学的アプローチを紐解き、その現代的な展開をトヨタ自動車の考え方を通じて学ぶ。	
4	生産性向上のための諸説(2)	ホーソン工場実験に始まる行動的アプローチの流れとその意義を探る。ここでは科学的アプローチと行動的アプローチのメリットデメリット、創造的止揚の可能性について考えてみる。	
5	マネジャーの役割(1)	マネジャーの役割について考察する。機能、必要とされる技術・資質など、基本的考え方を提示した上で、ディスカッションする。(マネジメント持論の課題を提示するので欠席しないでいただきたい)	

6	組織論へのイントロダクション (1)	組織論の体系について理解する。さらに、マクロ組織論で扱う範囲についての理解を深める。
7	組織論へのイントロダクション (2)	ミクロ組織論で扱う範囲についての理解を深める。
8	成長の戦略, 競争の戦略, 長期ビジョン	企業のビジョン, 戦略, 実行に向けた目標連鎖など, 組織として成果を出す「実践の仕組み」について学ぶ。組織としての“やりきる力”を高めるには何が大切かを理解する。
9	マネジャーの役割 (2)	わが国のミドルマネジメントはかつて世界一優秀と言われた。果たして現在はいかがであろうか。日本企業の直面している今日の課題について議論したい。
10	経営者の役割	組織における経営者の役割とはいかなるものであろうか。プロの経営者とは, 取締役会の機能とはなど, 経営に関する機能の整理を行う。
11	先人のマネジメント持論 (1)	マネジメント持論課題として各人持ち帰った文献から先人のマネジメントエッセンスを抽出した上で, グループで“エッセンスのエッセンス”を抽出する。グループディスカッションを行う。
12	先人のマネジメント持論 (2)	各グループごとにまとめた, “先人のマネジメント持論のエッセンス”を互いに発表し, その意味するところをディスカッションする。クラスとしての, 先人のマネジメントエッセンスにまとめ上げたい。
13	私のマネジメント持論	講義全体を通じてつむぎあげた, 各人のマネジメント持論を発表する。
履修上の注意・準備学習の内容		
入門コースであるので, マネジメントに関する知識は必要としない。しかし, 自らの組織体験と照らし合わせながらの理解を重視したいので, 議論への積極的参加は必須である。当然, 出席は重視する。		
教 科 書		
特になし。毎回レジュメを用いながら講義を進める。		
参 考 書		
「マネジメント～課題・責任・実践 (“Management: Tasks, Responsibilities, Practice” Drucker, P.F., 1973) ほか, 講義中に適宜示唆する。		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 40%		
(2) マネジメント持論課題 20%, 最終レポート成績点 40%。		
(3) なお, 講義中の発言に関して加点を行い, これを上乗せする。		
そ の 他		
マネジメント分野に興味を持っていただくことを最大の目標としている。問題意識を持って参加して欲しい。		

科目名		単位	担当教員名
オペレーション入門		2単位	杉野 周
開講区分	前期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
この「オペレーション入門」では、実務の中で「業務オペレーション」に焦点を当て、現場のオペレーションの改革をすることにより、「オペレーション・エクセレンス」を達成する方法を知ることが目的としている。			
授業内容			
1	オリエンテーション	業務システムを使って、業務処理と業務システムの関係を体験的に学習する。	
2	ビジネス・プロセスとプロセス・イノベーション	業務活動を「機能」としてではなく、「ビジネス・プロセス」として理解するためにその概念と歴史的な背景を理解する。また主要なビジネス・プロセスを概観する。	
3	プロセス・イノベーション	プロダクト・イノベーションとは異なり、業務の仕組みの改革であるプロセス・イノベーションの特徴を理解する。	
4 13	ケース・スタディー	プロセス・イノベーションの事例を中心にケースを取り上げ、そこで起きたイノベーションの内容を分析する。ケース・スタディーでは、1ケースについて2回のディスカッションを行う。1回目はグループディスカッションとし、2回目に全体のディスカッションを行う。 取り上げるケース（予定） ・「プラス株式会社 アスクル事業」 ・「株式会社 ミスミ」 ・「ベネトン」 ・「バーンズ・アンド・ノーブル対アマゾン・ドット・コム（A）」 ・「住友電気工業株式会社（A）」	
履修上の注意・準備学習の内容			
目の前の業務だけでなく、部門横断的な視点、社外を視野に入れたビジネス・プロセスを考慮した柔軟な思考方法を得る訓練を行う。			
教科書			
特になし。			
参考書			
オリエンテーションの時に紹介する。			
成績評価の方法			
(1) 出席（60%） (2) 貢献度（40%） 自社の業務フローを各トピックスで提出する。			
その他			

科目名		単位	担当教員名
ゲーム論と企業戦略		2単位	丸田利昌
開講区分	後期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>複数の意思決定者の行為が相互に影響しあう状況を戦略的環境という。ゲーム理論とは、戦略的環境の簡潔な記述、およびその特徴・本質の解明を目指して構築されている言語体系である。経済学をはじめ社会科学における「モデル」の多くは、ゲーム理論により記述された戦略的環境に他ならない。また、ゲーム理論は欧米のビジネススクールにおける標準的な開講科目となって久しく、その考え方は多くのビジネスパーソンにとっての「常識」となりつつある。本講義は、その「アルファベット」からはじめ、言語としてのゲーム理論の初等的な「読み・書き」の習熟を目的とする。</p>			
授業内容			
1	ゲーム理論とは	ゲーム理論的考察の典型例を紹介する。	
2	戦略型ゲームとナッシュ均衡	利得表，最適反応，ナッシュ均衡を学ぶ。	
3	戦略型ゲームの応用	立地競争，価格戦略，オークションなどへの応用例を考察する。	
4	展開型ゲームと戦略	「完全な行動計画」としての「戦略」を理解する。	
5	展開型ゲームと部分ゲーム完全均衡（1）	バックワードインダクションに習熟する。	
6	展開型ゲームと部分ゲーム完全均衡（2）	参入競争，交渉問題などへの応用例を考察する。	
7	中間試験		
8	繰返しゲーム	「長期的関係」をゲーム論的に考察する。	
9	非対称情報ゲームの考え方	情報が偏在している戦略的環境における，ベイズ的接近法について学ぶ。	
10	不完備情報ゲーム（1）	情報偏在下の均衡概念として，完全ベイズ均衡を学ぶ。	
11	不完備情報ゲーム（2）	シグナリング・ゲームと完全ベイズ均衡を学ぶ。	
12	交渉ゲーム	さまざまな交渉プロトコルをゲームとして考察する。	
13	期末試験		
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>受講者には、「定義」によって定められた言葉の意味を尊重しつつ精密な議論を展開することが求められる。単なる事例の蓄積にとどまらないために，一般的・抽象的な議論の展開も必要となる。数学の知識は必要ない。</p>			
教科書			
<p>教科書として，岡田章著，「ゲーム理論入門」，（有斐閣，2008年）を使用する。受講者には，教員の指定する箇所を事前に読んでおくことが求められる。各回の講義では内容の深い理解とその応用例（教科書に掲載されていないものも含む）の紹介に力点を置く。配布資料も適宜使用する。</p>			
参考書			
開講時に指示する。			

成 績 評 価 の 方 法
中間試験（35％），期末試験（35％），および期末レポート（30％）（最終週に提出，A4判2ページ以下）にもとづく。
そ の 他
中間試験・期末試験は，ともに open book（持込可）とする。教科書，参考書，配布資料，講義ノートのほか，紙媒体の資料はすべて持込可とする。

科目名		単位	担当教員名
社会心理学		2単位	仁科貞文
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>(1) 授業内容：「コミュニケーションと説得」の観点から、①社会的認知，原因帰属，②自己，態度，③対人認知，対人魅力，④対人影響，集団の影響，⑤マスメディアの影響などの社会心理学の主要領域に関する理論と諸研究を紹介し，それぞれの領域でのビジネスへの応用を討議したい。</p> <p>(2) 授業方針：学部段階で社会心理学を履修していない場合を想定して，社会心理学の主要研究を分かりやすく紹介するので，単に社会心理学の成果や法則を知識を習得するだけでなく，自分自身の日常の場面（ビジネス現場）での出来事と結びつけて理解するように聴講して欲しい。</p>			
授業内容			
1	オリエンテーション（社会心理学における説得）	社会心理学の概要と，「コミュニケーションと説得」に関する枠組み	
2	社会的認知	社会的事象や他者についての認知，社会的推論の特徴と過誤	
3	原因帰属	他者の行動を手がかりとした，他者の意図・態度の推論	
4	自己意識	自分自身の行動を手がかりとした自己認知・自己評価	
5	態度理論（1）情報学習理論	コミュニケーションの要因（送り手，受け手，情報内容，媒体，効果）の視点からの態度研究	
6	態度理論（2）認知整合性理論	社会的事象の認知（知識）の整合性に基づく態度研究	
7	態度理論（3）二重処理理論	態度形成における，詳細判断（情報処理）と簡便判断（情報処理）	
8	対人説得	対人交渉における手法	
9	対人認知	他人の人柄の判断プロセス	
10	対人魅力	他人を好きになるプロセス	
11	集団の影響	社会的認知や態度形成における集団の影響	
12	マスコミの影響（1）広告効果	マスメディア（広告）による態度・行動への影響	
13	マスコミの影響（2）広報効果	マスメディア（広報）による態度・行動への働きかけ	
履修上の注意・準備学習の内容			
特別の準備は不要			
教科書			
使用しない（毎回授業内容のプリントを配布する）			
参考書			
<p>(1) 安藤清志 他 1992 「セレクション社会心理学 1. ～15.」 サイエンス社</p> <p>(2) 山本真理子他 2001 「社会的認知ハンドブック」 北大路書房</p> <p>(3) 池上知子 他 2008 「グラフィック社会心理学」 サイエンス社</p>			
成績評価の方法			
<p>(1) 授業出席点（70%） (2) 最終レポート（30%）</p> <p>最終レポートの成績を出席回数に応じて加点する。</p>			
その他			
特になし			

科目名		単位	担当教員名
ベーシック・マーケティング		2単位	近藤隆雄
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>マーケティングは、社会科学の一分野ではあるが、それは、現象の背後にある法則性の探究といった分析的・研究的アプローチに止まらず、市場において消費者に具体的に働きかけを行うといった応用科学的な側面を強く持った学問である。その意味で、マーケティングとは、企業が市場へ適応していくための一つの技術体系であると言える。そしてその技術を構成する要素は様々の概念とアイデアである。このベーシック・マーケティングは、より高度に専門化したマーケティング分野への入口として、この分野でこれまで蓄積されてきた基礎的な諸概念を、学生諸君が自分のものとして思考し、活用することができるようになることを目指している。</p>			
授業内容			
1	マーケティングへの招待	マーケティングの全体像を理解するために、その定義や機能、また市場と顧客の視点とその関係などについて考える。	
2	マーケティング・ミックス	マーケティングの仕組みを作る要素であるマーケティング・ミックス（製品、価格、流通、プロモーション）を理解する。また、その前提となる B+STP+M の概念を把握し、マーケティング・ミックスの内的一貫性と外的一貫性の重要性などを論じる。	
3	価値形成のマネジメント	企業のオファーである製品とはなにか、製品の階層構造とはなにか。有形であるモノ製品に対する無形のサービスとはなにか、またサービスの特徴、そして、モノとサービスの融合とはどんな現象か、またそうした新し動きを説明するサービス・ドミナント・ロジックとはなにか。	
4	価格対応	価格の役割、価格設定の基本的アプローチ、新製品の価格対応、消費者心理をつかむ価格設定、割引、価格弾力性など価格をめぐる諸問題。	
5	流通チャネル・マネジメント	流通チャネルの機能、類型、チャネル行動、チャネル管理、物流とロジスティクスなどのチャネル問題。またサプライ・チェーン・マネジメントや情報化が流通に与える影響を論じる。	
6	マーケティング・コミュニケーション	マーケティング・コミュニケーションとは、顧客訴求のためのプロモーションなどを含む。コミュニケーション・モデル、コミュニケーション手段、コミュニケーション・ミックス、広告、セールス・プロモーション、PR 等を取り上げる。	
7	事業機会・事業領域の選択	マーケティング資源の配分、製品ポートフォリオ、事業の定義、マーケティングの近視眼などを説明する。	
8	消費者行動の理解	消費者の理解、購買意思決定の分析、新製品の普及過程、ポスト・モダン消費者行動分析などを取り上げる。	
9	競争構造の理解	競争対応の枠組み、ポーターの3つの基本戦略、製品ライフサイクル別戦略、競争地位別戦略、ポーターの5つの競争要因、競争の枠組み、戦略グループなどを論じる。	
10	日本の流通分析	日本型流通システム、流通構造の変化、取引関係の構造等、日本独自の流通について論じる。	

11	関係性マーケティング	顧客関係のパラダイム，顧客関係のパターン，顧客資産，顧客関係の維持と修復など。
12	ブランド・マーケティング	ブランドとは何か，ブランド連想，ブランドの役割，ブランドの活用と育成などを取り上げる。
13	サービス・マーケティング	サービス・プロフィット・チェーンを中心にサービス・マーケティングの諸概念やモデルを説明する。
履修上の注意・準備学習の内容		
この科目は，基本的に，マーケティングの学習経験のない学生を想定して用意されている。すでにある程度マーケティングを学んだ者は，より上級の，または専門化したマーケティング分野の科目を履修することが望ましい。		
教 科 書		
相原修『マーケティング入門（第4版）』日経文庫ベーシック 2010年		
参 考 書		
小川進『ドクター・オガワに会いに行こう』千倉書房 2005年 小川孔輔『マーケティング入門』日本経済新聞社 2009年 和田充夫，日本マーケティング協会編『マーケティング用語辞典』日経文庫 2005年 嶋口充輝『マーケティング・パラダイム』有斐閣 2000年 フィリップ・コトラー他『コトラーのマーケティング3.0』朝日新聞出版 2010年		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) ミニテスト（2～3回）（30%）。 (2) 期末テスト（50%） (3) 出席率（20%）		
そ の 他		
なるべく1年次の履修が望ましい。		

科目名		単位	担当教員名
流通論		2単位	上原征彦
開講区分	前期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>流通とは「生産者から消費者へ商品を移転させる活動および現象」を指す。したがって、流通の研究は、生産者、消費者、商品、移転などを定義しつつ、生産から消費に至るプロセスを解明していくことになる。本講義もこの解明を目的とするが、特に次の点を意識した授業を行なう。</p> <p>グローバル化、情報化などによって流通は大きく変わりつつある。とりわけ流通外資の参入、ネット店舗の抬頭は日本の流通を大きく変えつつある。本講義では、第1に、流通はどう変わってきたか、それはどんな理論で説明できるのか、ということを中心として明らかにする。第2に、情報化やグローバル化について学びつつ、それが流通をどう変えるかを議論する。さらに流通の正義について言及する。</p> <p>基礎知識を踏まえつつ、新しい理論を積極的に取り入れ、大胆に将来を展望してみたい。なお、以下の授業内容は、学習効果等を考慮に入れ、順序等が変更されることもある。</p>			
授業内容			
1	流通の意味・意義	流通とその倫理とは何か。それは社会的にどんな貢献をしているのか。また、それは社会のどんな要因によって変化するのか。	
2	流通の機能	流通は生産と消費との乖離を架橋する機能をもつが、これを具体的に明らかにする。	
3	流通を構成する機関	流通活動を担う機関としてどんなものがあるか。また、それらはどんな活動を行なっているか。	
4	消費者の購買行動と流通システム	消費者の購買行動と流通システムとの関係について明らかにする。	
5	生産と流通システム	生産が流通システムとその変化にどう関わっているかについて明らかにする。	
6	小売の理論	小売に関する重要な理論をレビューし、その現実説明力について検討する。	
7	卸売の理論	卸売に関する重要な理論をレビューし、その現実説明力について検討する。	
8	メーカーの流通活動について	メーカーが流通過程にどう介入するかについて、理論的に明らかにする。	
9	流通の歴史的变化	現在に至るまで流通はどう変化してきたか、また、それはどんな要因によるのかを明らかにする。さらに、流通の正義がどう実現されてきたかについても述べる。	
10	流通外資の参入	流通外資の参入を促す要因は何か。流通外資はどんな戦略を展開するのか。	
11	情報化と流通	情報化は流通をどう変えるか。これとグローバル化との関係をどう説明するか。	
12	ネット店舗の抬頭	ネット店舗（バーチャル小売）の台頭とその要因を明らかにする。	
13	流通の未来	流通は将来どう変わるか、それが生産・消費にどうかかわるかについて議論する。	

履修上の注意・準備学習の内容		
ベーシック・マーケティングも履修することを勧める。		
教科書		
基本的には、教師が提供する資料に基づいて授業を行なうが、学生が以下に掲げる参考書を読むことを前提とした内容となる。		
参考書		
上原征彦『マーケティング戦略論』有斐閣，1999年（第4章 第6-8節，第5章 第4-5節，第6章 第2節） 上原征彦編著『手にとるように小売・流通のことがわかる本』かんき出版，2008年		
成績評価の方法		
(1) 2～5回のミニテスト（35%） (2) アサインメントの達成度（35%） (3) 出席率（30%） をおおよその目安としている。		
その他		
流通の理解には広い視野が必要とされるので，好奇心をもって世の中を見てほしい。		

科目名		単位	担当教員名
財務会計論		2単位	山口 不二夫
開講区分	前期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>本講義は会計学の基礎をつとめて理論的に学習する。簿記会計は理論より暗記が優先されることが多いが、本講義では無反省的に「慣行」と「暗記」で済まされてきた会計の考え方や知識を、できるだけ少数の前提からの演繹的推論で説明する。さらに会計学の理論的フロンティアの課題についても解決の糸口を提供したい。</p> <p>現在、会計の世界は急速な変転を続けている。このような激変時には、暗記で得られた知識は数年の寿命しかない。真に有効な知識とは普遍性と応用力のある知識であり、それは過去の卓越した少数の理論とそれらを使いこなす思索力からもたらされると考える。本講義は大きく分けると2部から構成される。</p> <p>第1部では、会計利益の利益データの特質を明らかにするために、単純化されたモデルを用いて経済学的利潤概念との比較をおこなう。さらに物価変動をモデルの条件に付加することによって、会計利潤の特質をより鮮明にする。これは価格変動会計、時価会計の基礎理論につながる。</p> <p>第2部では、複式簿記の論理的再構成をおこなう。簿記は習うより慣れるといわれるが、ここではあたりまえと考えられる会計処理も、原点に立ち返ってひとつひとつ定義しながら意味を考え、簿記・会計を演繹的に再構成する。</p> <p>授業の後半では実際の財務諸表を用いて、新会計基準の説明も行う。</p>			
授 業 内 容			
1	講義の概要説明と企業分析とは何か	履修方法、参考文献の説明および会計学の研究対象の議論	
2	経済学利潤概念：主観利潤と実現可能利潤	経済学的利潤概念：将来収益の割引現在価値の変化分としての主観利潤、実現可能利潤の提示と説明（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会 9章）	
3	経済学利潤概念との比較による会計利益の特質	実現可能利潤との比較による会計利益の特質の発見、資本財の減耗と減価償却（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会 9章）	
4	物価変動の影響	物価変動を考慮したさいの会計利益と経済学的利潤概念の比較、インフレーション会計の基礎理論、資本維持概念の説明（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会 10章）	
5	資本取引と経過勘定項目	資本と利益の区分と経過勘定項目の説明（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会 10章）	
6	複式簿記の論理的再構成 1	記帳の対象、財産目録、實在勘定定義、取引の定義の説明（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会 2章）	
7	複式簿記の論理的再構成 2	損益の名目勘定と損益計算書、キャッシュフロー計算書（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会 2章）	
8	収益の認識基準 1	モデルによる収益の認識基準の理論的な説明（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会 3章）	
9	収益の認識基準 2	実務における収益の認識基準、海運業の収益認識基準、工事進行基準など（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会 3章）	

10	収益費用対応の原則	貨幣データの流れと物量データ，収益費用の個別対応と期間対応について学習（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会 4章）
11	棚卸資産の評価	FIFO, LIFO, 平均法, 低価基準の説明, 実際の財務諸表の読み方（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会 4章）
12	その他の資産の評価基準とセグメント情報他	減損会計とセグメント別会計を予定しているが，場合によってはゲストレクチャーを行う。
13	まとめ	まとめ，質疑応答
履修上の注意・準備学習の内容		
<p>本講義は簿記会計の初学者でも履修できる。あらゆる分野の前提的学問知識を必要としない。加減乗除の計算が習得されていればよい。学部等での会計既習者，企業での経理担当者，公認会計士，税理士，アナリスト等にもすでに得ている知識を体系づけるのに有用であるのでぜひ参加されたい。</p>		
教 科 書		
授業開始時に説明する		
参 考 書		
<p>齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東京大学出版会：抽象的すぎて難解かもしれない講義の6, 7, 9, 10, 11回については，山口『企業分析:増補版』白桃書房 III, IV章がわかりやすい。 Edwards & Bell, <i>The Theory and Measurement of Business Income</i>, 1961 California Univ. Press (邦訳『意思決定のための利潤計算』日本生産性本部, 1964年) 井尻雄士『会計測定の理論』東洋経済新報社</p>		
成 績 評 価 の 方 法		
<p>(1) 出席・平常点 (20%) (2) レポート (80%) (クラスサイズが大きければ試験)</p>		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
管理会計論		2単位	落合 稔
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>管理会計は、ヒト、モノ、カネ、情報を会計的手法を駆使し効果的に管理し、企業のコスト、収益、キャッシュフローの改善を目指す。管理会計は、普遍的に業種を超えて有力な経営管理の手段となりうる。しかし、現実的に個別企業で管理会計を適用する場合には、その企業の状況にフィットした独自の管理会計モデルやシステムを構築しなければ高い効果は引き出せない。加えて、業種、業態によっても管理会計のありようが異なる。</p> <p>この授業は基礎科目なので管理会計の基礎的用語やフレームワーク等の普遍的な知識を学ぶことを第一義的に考えている。しかし、製造業、販売業、サービス業、無形資産重視企業など異なる業種の管理会計の特徴も解説し、事例も取り上げる。また管理会計は「業績評価プロセス」と「意思決定」で活用されるため、マネジメントの視点から授業を進めたい。</p>			
授業内容			
1	管理会計とは	管理会計の目的、範囲、フレームワーク	
2	多様な原価概念	原価と費用、多様なコスト概念と意思決定	
3	CVP分析	損益分岐点分析の活用	
4	トヨタウェイの原価管理	見える化によるコスト管理	
5	トヨタウェイの原価管理	カイゼン予算、原価企画	
6	投資と時間原価	CDQのマネジメント	
7	新規事業の管理会計	中期プランとキャッシュフロー	
8	予算制度	予算制度設計と運用ポイント	
9	商品企画 / 販売業の管理会計	組織、需要予測、商品提案、損益管理、バリューチェーン	
10	フランチャイズチェーン・ビジネスの管理会計	オープンアカウントの活用	
11	無形資産重視企業の経営管理	バランススコアカードの活用	
12	その他重要な管理会計手法		
13	後期まとめ	復習と解説	
履修上の注意・準備学習の内容			
<ul style="list-style-type: none"> ・管理会計は実務色が強く企業における適用範囲と方法は非常に多義にわたらざるを得ない。しかし、ここでの管理会計論は基礎科目なのでできるだけ基礎知識や基本的な用語等を重視し、学生間の理解にバラツキが生じないように概念と事例とを関連づけながら分かりやすく進めたい。 ・準備学習としては、授業内容に関わる参考書が手引となる。 			
教科書			
指定なし（毎回必要な資料を配付する）			

参 考 書
1. 管理会計 竹脇 誠ほか 新世社 (入門書) 2. マネジメント入門 (Principles of Management)』 D. クインス・ミルズ, ファーストプレス社 (入門書) 3. 管理会計論 山本浩二ほか 中央経済社 4. MBA 管理会計 本多慶行 日経 BP 5. トヨタ原点回帰の管理会計 河田信 中央経済社
成 績 評 価 の 方 法
(1) 授業出席 (50%) (2) 試験 (またはレポート) (40%) (3) クラス貢献度 (10%)
そ の 他
その都度, 必要なコピーを配付します。

科目名		単位	担当教員名
税務会計入門		2単位	小林 剛
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>わが国の法人税は、法人の各事業年度の所得に対して課税され（法人税法第5条）、法人税の課税標準は、法人の各事業年度の所得金額である（法人税法第21条）。</p> <p>法人の各事業年度の所得金額は、法人の事業年度の益金の金額から損金の金額を控除した金額である。法人の益金の額に算入すべき金額は、法人税法上別段の定めのあるものを除き、法人の事業年度の収益の額であり、損金の額に算入すべき金額は、法人の事業年度の前価、販売費、一般管理費その他の費用、及び資本取引以外の取引による損失の額である。また、収益及び前価、販売費、一般管理費その他の費用及び損失は一般に公正妥当と認められる会計処理の基準に従って計算されるものとされている（法人税法第22条）。</p> <p>したがい、税務会計の理解は、一般会計学の知識を基礎に税務上の別段の定めを理解することとなる。本講義においては、法人税法の解釈を通じ、税務会計の基礎知識を習得するとともに、法人税法の条文の正確な理解を行い、法人税法全体の仕組みを理解する。</p>			
授業内容			
1	税務会計について	税務会計と企業会計の相違、商法、会計法と税務会計の関係、会計処理の基準等についての理解を行う。	
2	企業会計と税務会計	法人税法における益金及び損金における別段の定めについての理解を行う。	
3	法人税法の立法趣旨	法人税法とは何か、法人税法の立法趣旨、法人税法の構成について理解する。	
4	課税所得及び課税標準	法人税法上の基本概念である、課税所得、所得の帰属、事業年度、納税地、課税標準等について理解する。	
5	益金の額の計算	法人税法上の益金に関する別段の定めである、法人税法上の受取配当等、資産の評価益、還付金等の取扱を理解する。	
6	損金の額の計算	法人税法上の損金に関する別段の定めである、法人税法上の資産の評価及び償却費、資産の評価損等の取り扱いについて理解する。	
7	損金の額の計算	法人税法の重要な別段の定めである役員給与、寄付金、交際費等の取り扱いについて理解する。	
8	損金の額の計算	法人税法の重要な別段の定めである圧縮記帳、引当金、繰越損失等の法人税法上の取扱を理解する。	
9	利益又は損失の額の計算等	短期売買商品、有価証券の譲渡益、デリバティブ取引の損益、ヘッジ処理による損益の計上時期等について理解を行う。	
10	利益又は損失の額の計算等	外貨建取引の換算、長期割賦販売、工事請負契約等について理解を行う。	
11	税額の計算	法人税の税率と税額の計算、特定同族会社の特別税率、税額控除について理解を行う。	
12	外国税額控除	直接外国税額控除、間接外国税額控除、みなし外国税額控除について理解を行う。	
13	申告、納付、還付等	法人税の申告、更正の請求、納付及び還付について理解を行う。	

履修上の注意・準備学習の内容		
租税法の基礎知識があることが望ましい。		
教 科 書		
講義資料を配布。		
参 考 書		
金子宏著『租税法』, 川田剛著「基礎から学ぶ法人税法」, 岡田至康共著「法人税法要論」, 金子宏他編「ケースブック租税法」, 桜井勝久著「財務会計講義」		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 講義への出席 (30%) (2) 講義中の発表 (30%) (3) 最終レポート (40%)		
そ の 他		
会計学の基礎知識があることが望ましい。		

科目名		単位	担当教員名
租税法概論		2単位	川田剛
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>租税法は、他の学問分野に比して比較的新しい学問分野である。そのため、租税法の基本概念的ななかには、民商法や会社法など私法分野のほか、行政法などの公法分野といった他の法律分野で確立された概念が数多く用いられている。さらに、財政学、会計学といった法律以外の分野で用いられている用語や考え方も活用されている。そのため、租税法を学ぶにあたっては、これらの分野に関する基本的知識が求められる。このようなことから、租税法は、欧米諸国においても基本的に大学院での講義科目とされている。また、租税法は実践の中から発達してきた学問である。そのため、経済、社会情勢の変化に応じて常に変化し、判例等の立場もそれに応じて変化してきている。そこで、本講義では、このような特性をふまえたうえで租税法の基礎理論を中心に、新しい動きについても適宜紹介していく。</p>			
授 業 内 容			
1	租税の意義と種類	ここでは、租税法の基本となる租税の意義及び根拠等について、租税法独自の概念に加え財政学的観点も交えて説明する。	
2	租税法の基本原則	租税法の基本目的は、税収の確保と公平性の維持である。そのため他の分野にない独自の考え方が採用されている例も多い。それらについて学んでいく。	
3	課税要件	ここでは、租税法律主義（誰に、どのような税金を、いかなる税率で課すのか）の基本原則の考え方について諸外国の例もふまえながら説明する。	
4	租税法の解釈と適用	租税法律主義といっても、複雑多岐にわたる経済事象全てについて法令で規定するのは不可能である。しかし、法令の解釈、適用をどのように行うかによって結果が大きく異なってくる。そこで、ここでは租税法律主義の基本概念的な租税法解釈に当たっての基本スタンスについて説明する。	
5	所得税の基本的仕組み	租税の中で最も重税感が強く、かつ関心が高いのが、個人に対して課される所得税である。そこで、ここでは所得税の基本的仕組み及び特色について解説する。	
6	所得の種類と所得計算	所得税法では所得を10種類に区分し、それぞれについて所得金額の計算方法を異にしている。そこで、ここでは各種所得（10種類）の意義と範囲及び損益通算の仕組みについて説明する。	
7	所得税手続の申告、納付手続	個人所得税の課税標準は、収入金額から必要経費を控除して得られる。そこで、ここでは収入金額と必要経費及び課税標準と税額算定から申告、納付に係る手続きについて解説する。	
8	法人税の基本的仕組み	法人税は企業会計をベースにしている。そこで、ここでは法人税の基本的仕組みについて所得税と対比する形で説明する。	
9	法人税と企業会計	法人税は原則として企業会計上の利益をベースにしつつ、それに所要の調整を加えたうえで課税所得を算出することとしている。しかし、近年その考え方が変化してきていることなどについてもあわせて説明する。	

10	益金及び損金	法人税の課税標準たる所得は益金から損金を控除する形で得られる。そこで、ここでは益金、損金の基本概念につき解説する。
11	法人税における新しい動き	近年、L.L.C.、任意組合、匿名組合等多様な事業体の出現により、これまでの法人税制は大きな見直しを迫られている。ここではそれらについて解説する。
12	相続税、贈与税	所得税や法人税のように毎年恒常的に発生する税と異なり、相続税、贈与税は財産の相続又は贈与を契料として課される。そこで、ここではこれらの税への特性について説明する。
13	消費税	消費税は財貨、サービスの消費に着目して課される税であるが、近年福祉目的税や地方税の財源としても注目されるようになってきている。 そこで、ここでは消費税の概要について説明するとともに、このような新しい動きについても紹介する。
履修上の注意・準備学習の内容		
本科目は、国内租税法・国際租税法及び同演習の前段となる基礎科目である。できれば、民法及び会計学の基礎知識のあることが望ましい。		
教 科 書		
川田剛『租税法入門（五訂版）』大蔵財務協会		
参 考 書		
税法便覧』税務研究会 租税関係法令、通達集（どこの出版社でも可）		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席率（30%） (2) 授業中の議論への参加（含むレポート）（40%） (3) 最終レポート（30%）		
そ の 他		
民法及び会計学の基礎知識があることが望ましい。（講義でも若干はふれる予定）		

科目名		単位	担当教員名
ファイナンスのための数理基礎		2単位	乾 孝 治
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ファイナンス関連科目の履修を考えると、数理的な知識不足を懸念する学生も多いようである。確かに現代ファイナンス、とりわけ資産価格理論やデリバティブ評価、リスク管理などにおいては、確率・統計はもとより、微積分、線形代数、さらには最適化などの数理・工学的ツールがあらゆる場面で利用されているため、それら科目を学ぶためにはある程度の基礎知識が必要であることは否めない。</p> <p>本科目では、数学や確率・統計を学んだことのない学生、十分に理解できていない学生を主な対象として、ファイナンスで特に必要なテーマに絞って効率的に学ぶ機会を提供する。また、理論のみならず、実際に Excel を使った計算ができるよう、併せて Excel の基本的な関数やマクロの使い方も紹介する。</p>			
授業内容			
1	確率の基礎 (1)	集合、関数、逆関数、確率の要件など。	
2	確率の基礎 (2)	標本空間、事象、確率と条件確率、独立など。	
3	確率変数	確率変数と確率分布、確率関数、分布関数、期待値と標準偏差など。	
4	確率分布	代表的な確率モデルと確率分布について解説する。	
5	微分 (1)	微分の定義を確認し、具体例を見ながら理解を深める。	
6	微分 (2)	テイラー展開、ニュートン法などを解説する。	
7	積分 (1)	積分の定義を確認し、具体例を見ながら理解を深める。	
8	積分 (2)	積分の数値計算方法として、台形公式、モンテカルロ法を解説する。	
9	線形代数 (1)	ベクトルと行列の演算、固有値の考え方などを学ぶ。	
10	線形代数 (2)	簡単な事例を通じて Excel による行列計算の方法を学ぶ。	
11	最適化 (1)	最適化計算の概念を説明する。ラグランジュ乗数法を解説する。	
12	最適化 (2)	具体的な最適化問題を定式化し、Excel のソルバーの使い方を学ぶ。	
13	期末テスト	理解度を確認するテストを行う	
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>基礎的な内容を丁寧に時間を掛けて講義するので、専門書による独自学習が可能な学生が受講する必要はない。</p>			
教科書			
指定しない			
参考書			
経済数学 微分積分編, 中井進 経済数学 線形代数編, 中井進			
成績評価の方法			
(1) 授業への参加度：50% (2) 期末テスト：50%			
その他			

科目名		単位	担当教員名
基礎統計学		2単位	福地 純一郎
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本授業の目的は、統計学を理解し正確に統計的手法を使えるようになることである。統計学の基礎となる確率変数、確率分布を学んだ後、推定、検定などの統計的推測を講義する。仮説検定と回帰分析の理解が大きな目標である。受講生は学期中に自分が分析を行いたいデータを統計的手法によって分析し、レポートを作成し、学期末に発表を行なう。</p>			
授業内容			
1	データの代表値	平均, メディアン, ヒストグラム	
2	散らばりの特性値	分散, 標準偏差, 標準化	
3	確率と確率変数 1	離散的確率変数, 期待値, 分散, 確率変数の関数の期待値	
4	確率と確率変数 2	連続的確率変数	
5	離散的確率分布	離散的確率分布, 一様分布, 二項分布	
6	連続的確率分布と正規分布	確率密度関数, 正規分布, 二次元確率分布	
7	標本抽出と標本分布	母集団と標本, χ^2 乗分布, t 分布	
8	母集団のパラメータの推定	点推定, 区間推定	
9	仮説検定 1	平均値の検定	
10	仮説検定 2	分割表の検定	
11	回帰分析	最小 2 乗法, 母集団回帰モデル	
12	レポート発表		
13	レポート発表		
履修上の注意・準備学習の内容			
各回の教科書の範囲を読んで、難しい部分をチェックしておくことが望ましい。			
教科書			
開講時に指定する。			
参考書			
成績評価の方法			
(1) 授業出席点 (20%) (2) レポート成績点 (50%) (3) 試験 (30%)			
その他			

科目名		単位	担当教員名
ポートフォリオ論		2単位	伊藤 敬介
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>資産運用を行なう場合、通常、複数の資産に分散投資します。つまり、複数資産のポートフォリオを保有することになります。ここで、リスクとリターン観点からの資産（銘柄）にどの程度投資するのが良いのかを決定する為の理論的フレームワークを体系的に学ぶことが当授業の目標です。</p> <p>まずポートフォリオマネジメントのプロセスの解説から始まり、リスクとリターンを計算する為の数理的基礎、コーポレートファイナンスでも広く活用されているCAPMやベータの意味およびその計算方法、そしてアクティブ・ポートフォリオ運用やパフォーマンス評価に関する最新の話など、ポートフォリオ理論の基礎から応用までを体系的に整理することを目指します。</p> <p>ポートフォリオ理論は、資産運用のベースとなる重要な理論であるだけでなく、事業ポートフォリオの構築やM & Aでの企業価値算出など、幅広い分野で応用されるファイナンス理論の中核的な理論の一つと位置付けられますが、これら周辺分野での同理論の応用事例も随時紹介する予定です。</p>			
授業内容			
1	分散投資とポートフォリオ理論	ポートフォリオマネジメントのプロセス、分散効果とは何か、ポートフォリオ理論の応用可能性などを通じ、当科目の全体的な流れを紹介する。	
2	ポートフォリオのリスクとリターン	ポートフォリオのリスクとリターンの考え方を整理し、その計算に必要な行列演算や統計学の基礎を復習する。	
3	期待効用理論と平均分散法	リスクとリターンの最適なバランスを表現する「効用関数」をテーマに、期待効用最大化原理、代表的な効用関数の例、確実性等価、平均分散法が適性となる条件などを解説する。	
4	効率的フロンティアの特性と分離定理	効率的フロンティアの数理的な特性、分離定理、コーナーポートフォリオなどを通じ、平均と分散で見た「最適なポートフォリオ」の求め方およびその特徴を解説する。	
5	資本資産評価モデル（CAPM）	現代ポートフォリオ理論の中核に位置する「資本資産評価モデル（CAPM）」について解説し、コーポレートファイナンスなどでも用いられる「ベータ」の意味やCAPMの応用事例について紹介する。	
6	CAPMの検証と拡張	CAPMに関する実証分析の紹介、ロールの批判、ブラック型CAPMを始めとするCAPMの拡張など、CAPMの限界と可能性について解説する。	
7	マルチファクターモデルと裁定価格理論	裁定価格理論（APT）、ファーマ・フレンチの3ファクターモデルなどのマルチファクターモデルを紹介し、市場均衡理論と無裁定理論について解説する。	
8	マルチファクターモデルの実際	実務上用いられるマルチファクターモデルの類型、特徴およびその課題などについて解説する。	
9	市場の効率性とパッシブ・ポートフォリオ運用	効率的市場仮説について解説し、ベンチマーク・リターンの複製を目指すパッシブ・ポートフォリオの構築方法、意義、課題などを紹介する。	

10	アクティブ・ポートフォリオ運用の理論	特定のベンチマークを安定的に上回ることを目指すアクティブ運用の基本法則，ポートフォリオの効率性，絶対リターン運用とアクティブ運用の効率的フロンティアの関係などを解説する。
11	株式ポートフォリオ・マネジメント	株式ポートフォリオの構築プロセス，付加価値の源泉の種類，スタイル分析などを解説し，最近話題の130/30型運用なども紹介する。
12	債券ポートフォリオ・マネジメント	債券ポートフォリオの構築プロセス，付加価値の源泉の種類，デュレーションやコンベキシティーなどのリスク指標について解説する。
13	ポートフォリオのパフォーマンス評価	時間加重収益率，金額加重収益率，シャープレシオ，GIPSなど，ポートフォリオのパフォーマンス計測方法の基礎から最新の話題までを紹介する。
履修上の注意・準備学習の内容		
「ファイナンスのための数理基礎」を履修済み，または同等の知識を有していることが望ましい。		
教 科 書		
小林孝雄，芹田敏夫著，日本証券アナリスト協会編，『新・証券投資論Ⅰ』（日本経済新聞出版社） 伊藤敬介，荻島誠治，諏訪部貴嗣著，日本証券アナリスト協会編，『新・証券投資論Ⅱ』（日本経済新聞出版社）		
参 考 書		
(1) デービッド・G・ルーエンバーガー（著），今野浩，枇々木規雄，鈴木賢一（訳），『金融工学入門』（日本経済新聞社）		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席と講義への貢献度（20%） (2) 中間課題（30%） (3) 期末レポート（50%）		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
マクロ経済学		2単位	富 樫 光 隆
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>経済に関する諸問題について、理論的な説明に偏らないようにマクロデータを提示しつつ説明していく。さらに北米，ヨーロッパ，アジアといった地域別の特性と経済パフォーマンス，企業行動の違いについて述べていく。</p> <p>(1) 国民所得統計（SNA）について フローとストックの関連に力点をおく。</p> <p>(2) 国民所得の決定メカニズム 消費，投資水準がどのように決まるか，政府支出の水準が経済にどのように影響を及ぼすかを説明し，最終的に国民所得がどこで決まるかを説明する。</p> <p>(3) 財市場と資産市場の特性分析と両市場の均衡 資産市場については，土地，住宅といった実物資産，各金融資産の特性について述べた後，貨幣，債券市場の需給と利子率の均衡について説明する。 以上の説明とあわせて実務に必要な，データ収集，加工方法についても説明する。</p>			
授 業 内 容			
1	国民所得統計（SNA）について	三面等価（生産，分配，支出）	
2	国民所得統計（SNA）について	名目と実質，デフレーター，時系列の見方，取り扱い方	
3	国民所得統計（SNA）について		
4	国民所得の決定メカニズム	消費関数，投資関数	
5	国民所得の決定メカニズム	連立方程式モデル	
6	国民所得の決定メカニズム	国民所得の決定	
7	財市場と資産市場の特性分析	実物資産の特性	
8	財市場と資産市場の特性分析	金融資産の特性	
9	市場の均衡	貨幣，債券の市場での需給	
10	市場の均衡	財市場と資産市場の均衡	
11	市場の均衡	財政・金融政策による経済への影響分析	
12	経済パフォーマンスの国際比較		
13	予備		
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>勤務の都合で遅刻，欠席した人向けに，Oh-o! Meiji のクラスウェブやメールでサポートします。 学部での既習者とその他学生の学習レベルニーズの違いに配慮します。</p>			
教 科 書			
追って指示します。			
参 考 書			
追って指示します。			

成 績 評 価 の 方 法		
(1) レポート (60%)		
(2) 出席点 (40%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
ミクロ経済学		2単位	天 利 浩
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ミクロ経済学初学者を対象とした講義を行う。ミクロ経済学の研究対象は、各個人・企業の最適化行動と、多くの個人が相互に取引を行う市場である。GDP（国内総生産）や一般物価水準などの諸変数を通して、主に国民経済のパフォーマンスを研究対象とするマクロ経済学とは対照的に、ミクロ経済学では個別の市場において達成される資源配分の効率性（資源の有効活用）が主要な関心事となる。</p> <p>消費者や生産者などの各経済主体は、満足感や利潤を最大にするために、市場で他の人と取引を行う。確かに、多くの市場では、価格が経済状況の変化を反映して伸縮的に調整され、競争が企業のコスト削減を促すなど良好な成果をあげている。しかし、一部の市場では、各種の規制により価格調整が妨げられ市場の機能が十分に発揮されない場合がある。また公害を発生させる産業のように、市場に委ねては社会的な不利益が生まれる場合があり、政府の介入が正当化される。</p> <p>市場がもたらす資源配分や公共政策の評価を行うためには、需要曲線と供給曲線に関する深い洞察が要求される。講義では意識的に実例を示すが、この方向で理解を進めるための参考文献として、多くの日本の経済問題を需要・供給曲線を用いて分析した八田（2008年）をあげておく。</p> <p>ビジネスではデータを使って意思決定をするため利潤最大化などを Excel ソルバーを使って実習する機会を設けたい。まず最適化問題を解きながらソルバーの扱いに慣れることにする。最後のトピックであるインセンティブ契約の設計（セールスマンを雇う際に、どのような契約を結ぶかなど）は上級のトピックになるが、近年のミクロ経済学の発展において重要な位置を占める。Excel でデータを入れ替え試行錯誤しながら、最適な契約が持つべき性質について考察する予定である。</p>			
授 業 内 容			
1	ミクロ経済学の考え方	経済問題を考える上での重要な諸概念（希少性、トレードオフ、所有権、機会費用、誘因、生産可能性集合）。	
2	完全競争市場における需要と供給	完全競争市場（需要曲線、供給曲線、曲線のシフト、需給均衡）	
3	需要と供給の価格弾力性、市場の失敗	（市場の特徴を根本的に規定する）需要・供給の価格弾力性、市場の失敗（完全競争市場の仮定が崩れており市場が機能不全に陥っている場合。公共財、外部性などに関する概説にとどめる。）	
4	消費の決定	消費者の消費決定（予算制約線、無差別曲線の性質）	
5	代替効果と所得効果、消費者余剰	代替効果と所得効果、消費者余剰（消費者が取引によって得る利益）	
6	競争的企業（費用曲線）	利潤、費用、費用曲線の性質	
7	競争的企業（短期と長期）	短期と長期、複数の生産要素がある場合の費用最小化	
8	完全競争市場における企業	利潤最大化と企業の参入・退出	
9	競争市場の効率性	消費者余剰と生産者余剰、余剰分析の応用（需要・供給曲線を使って政策の効果を分析します。）	
10	競争市場の効率性	パレート効率性、一般均衡分析	
11	不完全競争	独占	
12	市場の失敗	外部性	
13	インセンティブ	効率的なリスク・シェアリングとモチベーション（動機付け）との間の対立関係	

履修上の注意・準備学習の内容		
特に予備知識は必要としないが、経済学の基本的な考え方を身につけるためにマクロ経済学を履修することが望ましい。Excelについては表計算を行うための基本的な操作がわかっていることが望ましい。		
教	科	書
ジョセフ・E・スティグリッツ，カール・E・ウォルシュ著 藪下，秋山，蟻川，大阿久，木立，清野，宮田訳『ミクロ経済学 第3版』東洋経済新報社 2006年 最初の12回分の教科書となる。必ず購入し予復習を行うこと。		
参	考	書
<p>苅田正雄，上田太一郎，中西元子著『新版 Excelでできる最適化の実践 らくらく読本』同友館 2003年</p> <p>デビッド・M・クレプス著 中泉，尾近，熊本，林，細谷，増原訳『MBAのためのミクロ経済学入門 II ゲーム・情報と経営戦略』東洋経済新報社 2004年</p> <p>八田達夫著『ミクロ経済学 I 市場の失敗と政府の失敗への対策』東洋経済新報社 2008年</p> <p>参考書を購入する必要はない。『MBAのためのミクロ経済学入門 II ゲーム・情報と経営戦略』第5章が，最後の講義内容「インセンティブ」の参考文献である。</p>		
成績評価の方法		
期末試験 40%，出席 40%，宿題 20%。経済モデルを考える際に効果的な図を描いてみる，あるいは，データを使って分析する際にも経済学の諸概念との対応に留意しながら考えるなど，経済理論を踏まえた思考力を中心に評価する。		
そ	の	他

科目名		単位	担当教員名
国際金融論		2単位	高田 創
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>国際金融はいまやパラダイムの転換を迎えつつある。以上の認識に立って、市場で実務家が必要とされる国際金融に関する基礎的な事項を考える。理論については純然たる理論の側面よりも実務で活用される部分をカバーする。同時に、第二次世界大戦後の歴史・政治的な背景に十分な考察を加えたい。さらに、今日、話題となる金融の市場化・グローバル化を踏まえたうえで、サブプライム問題、ソブリンリスク問題を含めた金融の背景を考える。当講義を通じて現実の市場の方向性を見通す思考力を涵養したい。</p>			
授業内容			
1	ガイダンス	「国際金融」全体のガイダンス	
2	国際金融の歴史	国際金融制度の歴史をふりかえる	
3	為替市場の理論と実際	外国為替相場に関する制度の歴史（固定相場・変動制）、為替理論の基礎	
4	国際金融に登場する理論	国際金融で実務家が意識する基礎的なマクロ理論を考える	
5	国際的な政策連動	政策協調はなぜ生じるかを歴史的背景も含め議論	
6	開発経済学	発展途上国と金融問題、資源問題等も考える	
7	サブプライム危機	サブプライム問題と国際金融の関連を議論	
8	国際通貨危機、ソブリンリスク問題	通貨危機の理論とその実例、ソブリンリスク問題を考える	
9	国際金融と制度	国際金融を支える制度の課題とその展望	
10	世界の中央銀行	国際金融と中央銀行	
11	国際的な投資家	国際金融のプレイヤー（銀行、ファンド、公的機関等）	
12	市場型金融	グローバルに市場化した金融の姿をさぐる	
13	まとめ、国際金融はどこに向かうか	今後の展望	
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>当講義を通じて実際の市場の方向性を見通す思考力を涵養したい。同時代的に生じる事例と一緒に考えることに重点を置く。</p>			
教科書			
講義のガイダンス（第一回）で紹介する			
参考書			
<p>特に決まったものはないが、時事トピックスを話題にするのでその時々論文・レポート・報道等を紹介する。特に、海外のメディア報道や論調を批判的に議論する。</p>			
成績評価の方法			
(1) 講義出席 30%, (2) 期末レポート 40%, (3) 中間レポート 20%, (4) 講義での参加等 10%			
その他			
<p>基礎的なマクロ経済学の知識があることが望ましいが、現在、内外の市場において生じる事例についての関心を深めることに重点を置く。</p>			

科目名		単位	担当教員名
多変量解析		2単位	水野 誠
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>現代のビジネスでは、あらゆる場面で大量のデータが生成・蓄積されており、これらを適切に利用することは生産性を向上させることはもちろん、新しいビジネス機会を創造するうえでも非常に重要である。したがって、汎用性の高いデータ解析手法についての知識とスキルを修得することは、今後指導的な役割を担うビジネスパーソンにとっても強力な武器になり得ると考えられる。</p> <p>この講義では、統計学や数学についての基礎知識を持たない受講者も視野に入れて、ビジネスへの応用に焦点を当て、汎用的なデータ解析手法の知識とともに、それらを実際に使いこなすスキルとセンスを身につけることを目的とする。したがって、取り上げるデータ解析の手法について、その数学的な論理に関する説明は最小限に留め、むしろその手法はどのような場面のどのような問題解決に役立つのか、その分析結果をどのように解釈し、利用すればいいのかについて重点的に講義する。</p> <p>なお、こうした目的を実現するためには、単に講義を聴くだけでなく、実際のデータを自分で分析し、その結果をどう解釈するかについて実務的観点から議論する体験が重要である。したがって、本講義では適宜「演習」形式を取り入れ、受講者による分析課題の遂行とグループ討議を行うことを考えている（実際の進め方については、受講者人数や受講者の希望を踏まえながら、開講後に決定する）。</p>			
授業内容			
1	ビジネスにおけるデータ	ビジネスで用いられるデータの種類と構造、記述統計の基礎（平均、標準偏差、相関）、グラフ表現などについて解説する。	
2	クロス表	ビジネスで最もよく使われるクロス集計表を取り上げ、変数の連関に関する検定の原理と手順について講義する。	
2	決定木	クロス表の延長線上に決定木（デシジョン・ツリー）を位置づけ、その原理と応用例について講義する。	
4	クラスタ分析	直観的に理解しやすいデータ解析手法であるクラスタ分析について、その原理と応用例を講義する。	
5	統計ソフト入門	演習で用いる統計ソフトの基本的な使い方をパソコンを使いながら体験的に学ぶ（ソフトとしてはSPSSを想定）。	
6	統計学入門	基礎的な多変量解析手法を理解するための基礎知識として、標本理論、推定・検定などに関する基礎知識をレビューする。	
7	演習	実際のデータを用いて、各自、クロス集計とクラスタ分析を行い、その結果について相互に発表・議論する。	
8	回帰分析（基礎）	ビジネスや研究で最もよく使われるデータ解析手法とあってよい回帰分析について、その基礎について講義する。	
9	回帰分析（応用）	回帰分析の応用例を紹介しながら、それをビジネスの諸問題に応用する場合の注意事項や工夫について述べる。	
10	ロジスティック回帰分析	予測したい変数が離散的である場合の回帰分析手法として、ロジスティック回帰分析の原理と応用例を講義する。	
11	主成分分析と因子分析	多数の変数を圧縮する手法として利用されることが多い主成分分析と因子分析について、原理と応用例を講義する。	
12	演習(2)	実際のデータを用いて、各自回帰分析、主成分分析、因子分析などを行い、その結果について相互に発表・議論する。	

13	総括と試験
履修上の注意・準備学習の内容	
<p>「統計学」の授業を履修しているか、同程度の知識を有するほうが望ましいが、必須ではない。重要な前提知識はすべて講義で補足するが、それだけでは不足と感じられる受講生は自学自習する必要がある。受講者が講義を聴くだけでなく課題に対して自ら計算してレポート提出、発表することが求められる(計2回を予定)。</p>	
教 科 書	
特に用いない。	
参 考 書	
<p>(統計学の基礎と回帰分析については) 吉田耕作『直感的統計学』日経 BP 社, アクゼル, ソウンデルパンディアン『ビジネス統計学』(上/下), ダイヤモンド社;(多変量解析全般については) 足立浩平『多変量データ解析法』ナカニシヤ出版, など。その他の参考文献は講義を通じて提示したい。</p>	
成 績 評 価 の 方 法	
<p>(1) 授業への出席 (30%) (2) 課題の提出と評価 (40%) (3) 最終試験の評価 (30%)</p>	
そ の 他	
授業内容と順序については、受講者と相談の上、変更することがある。	

科目名		単位	担当教員名
金融工学入門		2単位	王 京 穂
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>授業は複雑な数式の使用を避け、金融工学・リスク管理に関する概念的な理解を主な目的とする。内容は金融工学・リスク管理の基礎とその応用から構成される。基礎部分は主に、1) 金融市場への理解、2) 金融商品への理解、3) 商品間の関係への理解、4) ペイオフ図と積木の考え方の形成、5) リスク概念、について講義する。応用部分は、1) 企業のリスクの構造、2) 金融派生商品を利用したリスク管理、3) リスク管理の事例、4) コーポレートファイナンスにおける金融工学の応用、などについて講義する。上記内容以外、授業はリスクの概念の形成等にも重みを置く。</p>			
授 業 内 容			
1	概論	1) 金融工学の基本概念 2) 道具としての金融商品 3) 満期ペイオフ図：金融商品の表現 4) 積木の図：組み合わせの表現 5) アービトラージ・フリー：商品価格間の関係	
2	金融市場	1) 金融市場と金融市場の機能 2) 原資産による市場の分類 3) 現物市場と現物取引 4) 現物価格間の関係 5) 取引所市場と店頭市場 6) 先物市場と先渡取引市場	
3	先渡取引	1) 現物取引と先渡取引 2) 先渡市場 3) 先渡取引の複製と価格相場 4) 事例1：為替先渡の相場 5) 輸出企業の為替リスク 6) 事例2：先渡取引によるリスク管理 6) リスクの計測入門	
4	先物取引	1) 先物取引の歴史 2) 先物取引の機能 3) 先物取引の特徴(先渡取引との相違) 4) 株価指数先物市場と現物市場 5) 石油先物市場と現物市場 6) 先物の利用：リスクヘッジと投機 7) 先物・現物価格間の関係とアービトラージ取引	
5	リスク管理と先物・先渡取引	1) リスクの概念 2) 企業のリスク構造 3) リスク管理の概念 4) 保険商品の利用 5) 先物と先渡取引の利用 6) 多様な原資産	
6	オプション取引	1) オプション取引 2) オプション取引の表現：ペイオフ図 3) 為替オプションと為替リスクヘッジ 5) Black-Sholes式によるオプションの価格計算 6) オプションの価格特性	
7	オプション取引ー2	1) オプションの利用：よるリスク管理と投資・投機 2) 株式オプション 3) 株式オプションを利用した投資戦略 4) 新株予約権 5) 多様な原資産	
8	中間復習		
9	スワップ取引	1) スワップ取引の概念と歴史 2) スワップ取引の特徴 3) 金利スワップ取引と企業の金利リスク管理 4) 通貨スワップ 5) 多様なスワップ取引 6) スワップ取引の応用	
10	コーポレートファイナンスと金融工学	1) コーポレートファイナンスにおける諸問題 2) 負債・資産の両サイドのリスク 3) 流動性、金利リスクと資金繰り 4) ギャップによる管理 5) 負債・資産の最適化問題	

11	コーポレートファイナンスと金融工学—2	1) M & A とリストラクチャリングにおける応用 2) 資本構造問題 3) 配当政策の問題 4) タックスプランニング
13	復習とディスカッション	
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
特になし		
教 科 書		
特に教科書を指定しない。講義用資料を配布する。		
参 考 書		
(1) フィナンシャルエンジニアリング(ジョンハル, 東京三菱銀行商品開発部(訳), 金融財政事情研究会)		
成 績 評 価 の 方 法		
出席を前提に, 中間・期末レポートにより評価する。 ウェイト: 出席 40% レポート 60%		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
不動産基礎		2単位	村木信爾
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>不動産はわれわれの生活と活動の基盤であり、また企業にとって貴重な経営資源であるが、バブルの生成と崩壊時にみられたように、経済環境等によっては大きく企業経営に影響を与えるものである。したがって企業がビジネスを行う上において、不動産に関する基礎知識は経営者にとって必須のものであると考える。</p> <p>本講義では受講者が不動産についての基本事項を学習することにより、その基礎的理解を深め、自らのビジネスにおいて活用できるようになることを目的としている。</p>			
授 業 内 容			
1	不動産概論	不動産の特性、日本の不動産法制度、不動産マーケット等	
2	不動産と法(1)	所有権および私法上の制限(民法、不動産登記法等)(1)	
3	不動産と法(2)	公法上の制限(土地利用、建築行為などの公的制限、建物の区分所有等)(1)	
4	不動産と法(3)	公法上の制限(土地利用、建築行為などの公的制限、建物の区分所有等)(2)	
5	不動産の利用権	借地権・借家権(定期借地権、定期借家権)等	
6	不動産のデューディリジェンスと鑑定評価	不動産鑑定評価の基礎(調査、市場分析、評価手法等)、競売、税務、公共用地取得等の際の評価、担保評価の視点	
7	同上	同上	
8	不動産に関する税制	取得、保有、売却に係る税金	
9	不動産取引等	売買、賃貸借契約、瑕疵担保責任等	
10	プロパティマネジメント、ファシリティマネジメント	ビルメンテナンス、建築、リーシングなどのマネジメント、プロパティマネジメント、ファシリティマネジメント	
11	CREマネジメント(企業不動産戦略)		
12	不動産証券化と不動産ファイナンス	不動産証券化の意義および実態、不動産マーケットの変化、会計制度変更の影響等	
13	不動産関連係争ほかまとめ	境界紛争、不動産取引等における係争および判例、不動産関連マーケティング等	
履修上の注意・準備学習の内容			
不動産に関して初心者でも基礎知識が得られるように配慮する。特に前提とする知識は必要としない。			
教 科 書			
授業の際にプリント配布			
参 考 書			
「不動産の評価 権利調整と税務」 鶴野和夫(清文社)			

成 績 評 価 の 方 法
(1) 出席 (30%) (2) 期末レポート等 (70%)
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
特殊講義（確率論入門）		2単位	対馬龍司
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>株価の変動などの経済活動は、確率的にしか決められない。そのような経済活動の分析には、数学の一分野である確率論の知識が不可欠である。2008年の金融恐慌以来、金融工学が金融恐慌の犯人であるという議論を良く目にするが、金融工学がこの世から消えて無くなることはあり得ない。金融工学が何を前提として理論を構築しているかを理解することは、金融工学の限界を知るためにも重要なことである。この講義ではブラック・ショールズ微分方程式を導出するまでの過程について解説する。</p>			
授業内容			
1	標本・標本空間・集合・濃度	確率論を展開する基礎である集合と、集合の大きさを測る尺度である濃度について解説する。	
2	面積・測度・確率の公理	現代の確率論は面積の理論である測度論を発展させたものである。測度の理論と確率論の公理について解説する。	
3	順列・組合せ・2項定理・古典的確率	高校で学んだ古典的確率論は順列・組合せの応用であった。古典的確率論について復習する。	
4	条件付確率・事象の独立性	条件付確率，事象の独立性，乗法定理および原因の確率を求めるベイズの定理について解説する。	
5	独立試行	同じ試行を独立に何度もくり返す独立試行と，それに付随する種々の確率について解説する。	
6	確率変数・確率分布	試行や実験の結果が数値（確率変数）で与えられる確率とその期待値・分散について解説する。	
7	連続型確率分布	確率変数が連続的な値を取る連続型確率分布，特に後に重要になる正規分布について解説する。	
8	大数の法則・中心極限定理	確率変数の和と積，チェビシェフの不等式，大数の法則および後に重要になる中心極限定理について解説する。	
9	ランダム・ウォーク	1次元のランダムウォークおよび条件付き確率の期待値である条件付き期待値について解説する。	
10	ブラウン運動	1次元ランダムウォークの時間単位を0に近づけるときの極限としてブラウン運動が現れることを解説する。	
11	確率積分・伊藤積分	ブラウン運動に関わる積分は通常の意味では意味を持たない。これに意味を持たせる伊藤積分について解説する。	
12	伊藤の公式	伊藤の公式およびその証明について概説し，種々の例について伊藤の公式が成立することを確認する。	
13	ブラック・ショールズ微分方程式	伊藤の公式の応用としてヨーロピアン・コール・オプションの価格を決めるブラック・ショールズ微分方程式について解説する。	
14	ブラック・ショールズの公式	ブラック・ショールズ微分方程式を解いて得られる，ブラック・ショールズの公式について解説する。	
15	まとめ		

履修上の注意・準備学習の内容		
微分・積分，順列・組み合わせについて，高等学校程度（数学3まで）の知識があるのが望ましい。		
教科書		
授業中にプリントを配布する。昨年度のプリントは Oh-o! Meiji にある。		
参考書		
武隈良一『確率（現代数学レクチャーズ A3）』（培風館） 石村貞夫，石村園子『金融証券のためのブラック・ショールズ微分方程式』（東京図書） 森真『なっとくする数理ファイナンス』（講談社） 松原望『入門確率過程』（東京図書） Sean Dineen『Probability Theory in Finance: A Mathematical Guide to the Black-Scholes Formula』 (American Mathematical Society)		
成績評価の方法		
(1) 授業出席点（20%） (2) 宿題（40%） (3) 最終レポート成績点（40%）		
その他		

科目名		単位	担当教員名
コーポレート・ファイナンス		2単位	木村 哲
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ファイナンス理論に関しては、M & Aによる企業価値創造及び投資効果が大変重要な問題になってきている。公認会計士協会の企業価値評価ガイドラインと中小企業庁非上場企業価値評価ガイドラインを参考に、全体を体系的に理解できるような授業の組み立てとしたい。次にファイナンス理論の中核となるMM理論、資金調達と最適資本構成問題、M & A分析、LBO分析、配当政策、自己株取得政策、事業再生(DIP)ファイナンス、等財務政策の考え方を整理する。さらに、先物理論、ストックオプション理論の基本部分も重視する。教室は、実践的学習効果を考えて情報化教室を利用するので、パソコン操作力、エクセル操作力を前提とする。なお、基本項目については公認会計士試験やアナリスト試験対策も意識する。</p>			
授業内容			
1	企業倫理と企業の資金調達	企業倫理と企業価値の関係を解説する。収益と企業価値の概念、M & Aと企業価値、債券の評価理論、借入、社債、増資	
2	現在価値と資本コスト	金利の概念、将来キャッシュフローの現在価値計算、割引率と源泉別資本コスト、NPV、投資案の評価方法	
3	普通株式の価値	株式市場と一株当たり利益の関係、DDMモデル、DCFモデル、PVGOモデル	
4	資産選択と資本市場	リスクとリターン、最適ポートフォリオ、効率市場仮説、CAPM理論	
5	企業価値とWACCとEVAモデル、RIMモデル	WACCとFCFの関係、EVA企業価値モデル、RIM株式価値モデル	
6	資本構成とMM理論	MM理論の第一命題、第二命題、配当無関連性命題	
7	総括的小テストと企業価値の概念の復習	過去6回の講義の総括的小テストと解説による重要点の確認	
8	負債政策と信用リスク	MM理論と負債政策、倒産リスク、格付と倒産確率、資金調達のペッキングオーダー、KMV実務モデル、日本の格付け会社と倒産確率情報	
9	配当政策・自社株政策問題	配当政策、新会社法の金庫株法制、自社株取得効果理論	
10	数理ファイナンス理論と先物・オプション理論の基礎	アロー・デブロー証券価格(状態価格)理論、数理ファイナンス理論概要、先物価格、為替、為替先物、ブラックショールズ式、バイノミアルモデル、リアルオプション	
11	ストック・オプション	ストック・オプション等に関する会計基準と適用指針の学習	
12	M & A分析の基礎とLBOによる企業買収の投資効果理論	M & Aにかかわるシナジー価値計算分析、MBO、LBOファンド投資効果計算、LBO買収企業価値計算	
13	事業再生と投資ファンド	バイアウトファンド解説、事業再生(DIP)ファイナンスの法制、デット・エクイティ・スワップ解説	
14	期末テスト		

履修上の注意・準備学習の内容		
<p>話題が多岐にわたるが、それぞれが重要な内容を持ち、また同時に理論の相互関連性が高いので学習意欲が重要。授業はパワーポイントの講義資料を配布する。情報化教室で、パソコンを利用して随時計算学習を行うので、エクセル操作の知識は前提とする。実務第一線の資料は随時配布する。授業の資料は全てメモリースティックで持ち帰ることができる。さらに教材はオー明治にアップロードし、復習できるようにする。</p>		
教科書		
<p>公認会計協会編「企業価値評価ガイドライン増補版」 中小企業庁編「非上場企業価値評価ガイドライン」 企業会計基準委員会「ストック・オプション等に関する会計基準」 ブリーリー他，藤井訳「コーポレートファイナンス」(上・下) マッキンゼー編「企業価値評価」(上・下) 伊藤邦夫「企業価値評価」 田村俊夫「MBAのためのM & A」 テキストは自宅学習用とする。</p>		
参考書		
<p>Stephen.A.Ross 等大野薫訳「コーポレートファイナンスの原理」 鈴木一功「企業価値評価実践編」 ベネットスチュワート，河田等訳「EVA 創造の経営」 税理士法人山田&パートナーズ「金庫株の税・会計・法律の実務」 実務第一線資料，解説ペーパー，論文等を必要に応じて配布</p>		
成績評価の方法		
<p>(1) 出席 (10%) (2) 授業での積極性 (20%) (3) 小テスト (30%) (4) 期末テスト (40%)</p>		
その他		

科目名		単位	担当教員名
みずほ証券寄附講座 コーポレート・ファイナンス(特論)		2単位	幸田博人
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本科目では、コーポレート・ファイナンス(企業金融)について、実務家の視点でミクロ・マクロの両面から掘り下げる。最近の金融・資本市場とコーポレート・ファイナンス分野における環境変化が、企業の経営・財務戦略に与える影響は何か、中長期的に展望するにあたって必要な視点・考え方を示す。</p> <p>講義では、実務家(投資銀行、証券会社)の立場からコーポレート・ファイナンスの基礎理論を解説するとともに、具体的なディールの事例など、現場の様子をイメージしやすい例を紹介しながら、理論(学術的な成果)と実務(現実の問題)の関係を示し、その変化及び今後へのインプリケーションを探る。</p> <p>各回のテーマに相応しい実務家を適宜招聘の上、受講生とのディスカッションも交えながら進めていきたい。</p>			
授業内容			
1	ガイダンス	本講義の概略説明	
2	企業の財務戦略(1)	「ファイナンス理論の導入」 金銭の時間的価値、リスクと割引率の関係、DCF法の基本、割り引く対象としてのフリーキャッシュフローの考え方についての解説。	
3	企業の財務戦略(2)	「資金調達手段の選択と比率について」 加重平均資本コスト(WACC)の考え方、資金調達の比率決定に関する理論的根拠～MM理論、負債比率を上げることの是非に関する現実社会での議論についての説明。	
4	企業の財務戦略(3)	「株主還元(配当)政策について」 企業価値と配当政策の関係、自社株買いの位置付けなど、株主還元に関わる理論と実務の解説。	
5	企業の財務戦略(4)	「ファイナンスにおける最近のトピックス」 個別企業の財務戦略のケースを検証。ファイナンスに関わる直近の議論を紹介。	
6	IPO(1)	「IPO入門」 株式公開準備から上場までの流れについて、企業をサポートする証券会社の立場から概説。	
7	IPO(2)	「IPOにおける最近のトピックス」 IPOに関する最近のトピックを紹介しながら、現状、課題、課題解決に向けた取り組みなどについて具体的に紹介。	
8	金融・資本市場と金融工学(1)	「市場業務の基礎知識」 債券市場を中心に、機能、担い手(証券会社、機関投資家)の役割について、実務の様子を交えて紹介。	
9	金融・資本市場と金融工学(2)	「市場での金融工学の実際」 アカデミックな世界での成果が、金融・資本市場の実務でどのように使われ、どのような役割を果たしているか、具体例を挙げて解説。	

10	投資信託 (1)	「投資信託とは」 投資信託の基本的な仕組みについて、ファンドビジネス発展の歴史的経緯や効用などを踏まえて概説。
11	投資信託 (2)	「投資信託選定業務におけるデュー・ディリジェンス」 投資信託業務のリスクとデュー・ディリジェンスの重要性について概説し、実務家の観点から考察を加える。
12	マクロから見た金融・資本市場 (1)	「日本の資本市場のグローバル化」 今次金融危機を踏まえ、日本の資本市場（証券市場）の発展経緯、グローバル化進展によるマーケットの変化について概説。
13	マクロから見た金融・資本市場 (2)	「日本の資本市場の現状と課題」 日本の資本市場が抱える構造的課題や資本市場改革の今後の方向性に関する概説。
14	レポート講評	ショートレポートについて講評。
履修上の注意・準備学習の内容		
<p>履修に関して制限は特に設けない。</p> <p>講義は、数式の使用を最小限にとどめ、ファイナンス領域専攻の学生のみならず、企業金融の分野に関心のある学生も受講可能な構成を考えている。</p> <p>講義の理解を深めるためには、他のコーポレート・ファイナンス関連科目を併せて履修することを勧める。</p>		
教 科 書		
特定のテキストは使用しない。		
参 考 書		
『日本企業のコーポレートファイナンス』川北・砂川・杉浦、日本経済新聞社 『ビジネス・ゼミナール経営財務入門（日経新聞社）』井出 正介・高橋 文郎 『MBA ファイナンス（ダイヤモンド社）』GMI		
成 績 評 価 の 方 法		
1. 出席・授業への貢献度：30% 2. ショートレポート（2回）：70%		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
株価バリュエーションモデル		2単位	木村 哲
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本科目は、証券アナリストの業務を念頭においた内容を持つ。公認会計士協会編企業価値評価ガイドライン、伊藤邦雄の企業価値評価、マッキンゼーの企業価値評価をテキストとして、企業価値評価論、株式価値評価論、資本コスト理論、株式価値評価手法を学習する。パソコンを利用した株式価値を分析する場合の高度な分析手法も学ぶ。企業審査分析担当、株式投資ファンドマネージャー、フィナンシャルプランナー、財務担当者、等にとっても有用な理論を中心に解説する。株式ポートフォリオ理論に関する議論は、エクイティ・インベストメントでカバーし、ここでは、企業価値評価、株式価値評価分析手法に重点をおく。アナリスト職業倫理も解説する。情報化教室を利用し、日経財務データ、必要なプログラムは用意し、実務的な計算手順の詳細習得、パソコン活用技術向上を重視する。実際の上場企業を対象に、企業価値評価モデルを学習する。</p>			
授 業 内 容			
1	企業価値評価、株式価値評価の基本概念、DDM 株価評価理論	企業価値評価と企業倫理の関係、証券アナリストの倫理規定を解説する。各種評価概念と価値の計算の考え方としてのディスカウント・キャッシュフローの考え方の基本を理解する。株式の基本評価モデルである DDM モデル、ターミナルバリュエーションの処理について学ぶ。	
2	DCF 企業評価理論	財務諸表項目の理解、財務分析指標、フリーキャッシュフローの概念、及び企業価値と株主価値を計算する基本となる DCF 手法について理解する。	
3	企業価値評価の計算シート作成方法	教科書の事例に基づいて、企業価値評価のための投下資本、NOPAT、フリーキャッシュフローの計算方法と、バランスチェック方法の考え方を解説する。	
4	NOPLAT と企業価値ドライバー	マッキンゼーのテキストにそって、企業価値計算方法を学習する。具体的な財務諸表を利用して、NOPLAT、継続価値の計算方法を学習する。	
5	CAPM 理論	CAPM 理論と株主資本コスト論は重要な基本である。株主資本コストと不確実キャッシュフローの評価、WACC、CAPM、信用リスクと資本コスト等について解説する。M & A で利用されるノンレバレッジ β も解説する。ルーエンバーガーの価格の CAPM 理論も解説する。	
6	CAPM 理論と資本コストの理論	資本コストの理論を詳細に理解し、CAPM 理論との関係を確認する。	
7	EVA モデル EBO モデル	基本となる EVA モデルと EBO モデルの理論詳細を学ぶ。また、2つのモデルの関係を学ぶ。株主価値と企業価値評価モデルの詳細を理解する。	
7	東洋経済 EBO モデル	実務的 EBO モデルの事例を学ぶ。	
8	資本コスト理論	資本コストの理論と、実務的計算方法について学習する。	
9	企業価値評価ガイドライン	公認会計士協会編の企業価値評価ガイドラインを学習する。	

10	企業成長分析理論	企業の成長力分析のための財務分析，バリュードライバー分析方法を学習する。
11	M & A の企業価値分析と無形資産評価手法	M & A の際の企業価値評価手法とシナジー効果分析理論について学習する。シナジー効果分析には，無形資産評価手法も含む。
12	ケーススタディによる企業価値評価演習－1	ケーススタディを利用して，実際の企業価値評価の手順と考え方を学習する。
13	ケーススタディによる企業価値評価演習－2	ケーススタディを利用して，実際の企業価値評価の手順と考え方を学習する。
14	ケーススタディによる企業価値評価演習－3	ストックオプション評価の手順と考え方を学習する。
履修上の注意・準備学習の内容		
<p>授業は，毎回パワーポイントによる理論解説資料を配布利用する。但し，自分でさらに原典に当たって勉強することが望ましい。情報化教室を利用するので，実務的なポイントに関しては，実際に計算演習も行う。実務的なパソコン操作力の向上を目指す。</p>		
教 科 書		
<p>伊藤邦雄「企業価値評価」 マッキンゼー編「企業価値評価」 ブリーリー他「コーポレートファイナンス 上・下」(翻訳)</p>		
参 考 書		
<p>G スチュワート「EVA (経済付加価値) 創造の経営」日興リサーチセンター (翻訳) (東洋経済) 鈴木一功「企業価値評価実践編」 Rappaport 「share hareholder Value」 ラパポート「エクスペクテーション投資入門」</p>		
成 績 評 価 の 方 法		
<p>(1) 授業出席点 (30%) (2) 最終レポート成績点 (40%) (3) 授業中での議論への参加 (10%) (4) 宿題 (20%)</p>		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
エクイティ・インベストメント		2単位	木村 哲
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本科目では、ファンドマネージャー業務、証券アナリスト業務、フィナンシャルプランナー、投資ファンド関連業務担当者を対象にし、企業価値評価論、株式価値評価の分析手法、ポートフォリオ理論に関連する理論及び実務ケースの理解を中心に学習する。本格的な実務モデル商品開発担当者として要求される知識レベルを学習する。また、投資実務の世界では、AMUSAS, BARRA 社モデルのように、外部金融ハイテク企業のツールを使いこなすことが重要なノウハウであり、実務能力となる面がある。また、授業では、教員が開発した、株式運用分析を可能にする5分位株式分析システムを全員に配布して、実務的な分析力の学習を行う。この科目では一流米国 MBA コースと同様に、BARRA モデル等の世界の先端的運用支援ツールを紹介するとともに、教室に操作環境を準備し、投資理論の習得をツール操作を通じて行う学習機会を提供する。さらに、理論的には高度であるが、株式アクティブ運用パフォーマンス分析技術も学習する</p>			
授 業 内 容			
1	企業価値評価モデルと株式評価理論の概要	ファンドマネージャーの倫理規定を学習する。企業価値評価モデルの詳細は、株価バリュエーションの科目で学ぶが、その計算モデルの概要を学習する。株式運用手法に関する論文を紹介する。	
2	株式割安割高分析と投資手法	株価の割安割高分析手法には、理論株価を求める方法と、単純指標を組み合わせる方法と、理論資本コストを作成する方法がある。それらを具体的な事例で確認する。	
3	授業用株式ファクター5分位分析システムの解説とFAMA-French理論	株式運用バックテストの手法の詳細と、そのシステムの開発手法の詳細、及び操作方法を学習する。FAMA-French が研究したPBR、サイズとベータ値ファクターの分析手法とその理論を解説する。	
4	日経CDROMとAMUSASを利用した、株価割安分析指標作成演習	QUICK-AMUSAS を使いこなすことが重要であるので、実際の企業の財務諸表、 β 値をもとに、WACC、企業価値、理論株価、株価割安指標、を計算する。	
5	マルチファクター株式モデル理論	各種マルチファクターモデル理論と、APT理論を解説する。	
6	BARRAモデル理論及びBARRA β 値の理論	グローバルスタンダードであるBARRAモデルの株式モデルを通じて、マルチファクターモデルの実務的リスク分析理論とその実務を学習する。BARRAのファンダメンタル β 値の計算理論を学習する。	
7	BARRAモデルによるポートフォリオ構築演習	BARRAモデルのリスク分析理論と最適化理論、ポートフォリオのリスク分析方法、インデックスファンド構築方法を学習する。	
8	ファンダメンタルインデックス	インデックスファンドの最先端の動向であるファンダメンタル・インデックスの理論を紹介する。	

9	株式アクティブポートフォリオ理論	アクティブ運用した成果をどのように分析評価するかについて、グリノルド・カーンのテキストを参考に、アクティブリターンリスク分析理論を学習する。
10	アクティブ運用パフォーマンス分析理論と効率的運用分析理論	高度な理論であるが、アクティブ運用の効率性指標分析理論、エンハンストインデックス運用の効用理論を解説する。ロングショートファンドの効率性分析論文も紹介する。実務先端の分析理論を紹介する。
11	スタイル分析	シャープのスタイル分析と株式運用に関連するスタイル分析の理論を学習する。バリューファクター、グロスマクター、スタイルインデックス、スタイル指数を理解する。PODS モデルも解説する。
12	日本株ロングショートファンド構築手法演習	実際の運用モデル構築手法を FACTSET システムと BARRA モデルを利用して学習する。代表的ヘッジファンドである日本株マーケットニュートラルファンドの簡単なモデルを構築し、構築手法を理解する。
13	株式運用パフォーマンス要因分解式の学習	パフォーマンスがどこから生じたものかを分析する要因分解は、実務的に重要である。要因分解計算手法を解説するとともに、グローバル株式の場合の為替要因分解理論等を学習する。
14	Easton 手法による株式割安分析総合演習	Easton の資本コスト推定を活用した株式ポートフォリオ運用における割安割高分析手法の総合演習を行う。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
エクセル VBA を利用した教材が配布されるので、理解のためにもプログラミング学習意欲があることが望ましい。		
教 科 書		
日本証券アナリスト協会編、小林他「証券投資論理論編」 日本証券アナリスト協会編、伊藤他「証券投資論実務編」 グリノルド・カーン、明治生命訳「アクティブ・ポートフォリオ・マネジメント」(東洋経済新報社) ただし、配布資料を中心に授業を行う。		
参 考 書		
Damodaran 「INVESTMENT VALUATION」(Wiley) BARRA 社理論解説資料 ラパポート「エクスペクテーション投資入門」 各種先端研究についての論文、資料を配布する。		
成 績 評 価 の 方 法		
モデル構築事例等のレポート提出。成績の評価法は、授業出席点 30%、レポート点 40%、授業での課題発表点 20%、議論への参加点 10%である。		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
金利・債券分析論		2単位	北岡孝義
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>授業の目的は、債券投資に伴うリスクの理解とリスク・マネジメントに必要な分析手法を学ぶことにある。授業の概要は以下の通りである。最初に債券のしくみと種々の利回り概念、利回りと価格の関係などの債券の基礎を学習した後、金利変動リスクのマネジメント、金利の期間構造モデルと金利デリバティブの評価、社債のクレジット・リスクの定量化モデルとクレジット・デリバティブの評価などのテーマに取り組む。</p> <p>この授業では、履修者が実際に金融データを用いて定量分析を行うことを重視する。履修者の主体的な実習作業を通じて、分析手法の理解を深め応用力を養うことができる。</p>			
授業内容			
1	債券の利回りと価格	債券の基本的なしくみを説明した後、種々の利回り概念を紹介し、利回りと価格の関係について分析する。	
2	デュレーションとコンベキシティ	債券の金利変動リスク指標であるデュレーションとコンベキシティを解説する。	
3	債券ポートフォリオの構築方法	金利変動リスクを回避するイミュニゼーション戦略やキャッシュフロー・マッチングなどの代表的な債券ポートフォリオの構築方法を解説する。	
4	金利の期間構造の理論	債券の満期までの残存期間と利回りの関係（イールド・カーブ）を説明する理論として、純粋期待仮説、流動性プレミアム仮説、市場分断仮説を紹介する。	
5	イールド・カーブの推定	イールド・カーブを推定する簡便法である線形補間法や3次関数によるスプライン補間法を解説する。	
6	金利の期間構造モデル (1) —Vasicek モデルと CIR モデル	金利の期間構造モデルは、金利デリバティブの評価や金利変動リスクの管理において活用される。最初に、ショート・レートの確率過程をモデル化した均衡・シングルファクター・モデルの Vasicek モデルとコックス＝インガソル＝ロス・モデル（CIR モデル）を紹介する。	
7	金利の期間構造モデル (2) —HW モデル	ショート・レートの確率過程モデルに依拠するが、無裁定・マルチファクター・モデルであるハル＝ホワイト・モデル（HW モデル）を紹介する。	
8	金利期間構造モデル (3) —HJM モデル	フォーワード・レートに関する確率過程をモデル化した無裁定・マルチファクター・モデルのヒース＝ジャロウ＝モートン・モデル（HJM モデル）を紹介する。	
9	金利デリバティブのしくみ	金利先物、金利先物オプション、金利スワップ、スワップション、キャップ/フロアーなどの金利デリバティブのしくみを解説する。	
10	金利デリバティブの評価方法	HJM モデルに基づく金利デリバティブの評価方法を解説する。	
11	クレジット・リスクと社債スプレッド	代表的なクレジット・リスクの計量化モデルを紹介し、クレジット・リスクと社債スプレッドの関係を分析する。	

12	クレジット・デリバティブ	クレジット・リスクの派生商品であるクレジット・デフォルト・スワップ (CDS), トータル・レート・オブ・リターン・スワップ (TROR), クレジットリンク債 (CLN) のしくみを解説する。
13	クレジット・デリバティブの評価方法	クレジット・デリバティブの評価に関する基本的な考え方とクレジット・デリバティブの代表的なプライシング・モデルである Duffie and Singleton モデルを紹介する。
履修上の注意・準備学習の内容		
授業は 12 号館の情報教室で行われる。Excel と計量分析用アプリケーション・ソフト EViews Ver.5 を使用する。		
教科書		
教科書の代わりに講義資料を配布する。		
参考書		
<p>木島正明 (1999) 『金利期間構造モデルと金利デリバティブ』, 朝倉書店。</p> <p>Campbell, J., Andrew W, and A, Mackinlay (1997) The Econometrics of Financial Markets, Princeton University Press. Ch. 9-11.</p> <p>Duffie, D, and K, Singleton (2003) Credit Risk: Pricing, Measurement and Management, Princeton University Press.</p> <p>Rebonato, R (2002) Modern Pricing of Interest-rate Divatives, Princeton University Press.</p>		
成績評価の方法		
<p>成績は, 出席率, 授業の参加度, problem set, レポート課題 (中間と学期末) に基づいて評価される。各々のウェイトは以下の通りである。</p> <p>(1) 出席率 (30%)</p> <p>(2) 授業の参加度 (10%)</p> <p>(3) problem set (10%)</p> <p>(4) レポート課題 (50% : 中間 20%, 学期末 30%)</p>		
その他		
数学, 確率・統計の基礎知識のあることが望ましい。しかし, 分析モデルの厳密な証明よりもアイデアの理解を第一とするので, それら知識を要件としない。		

科目名		単位	担当教員名
派生商品の基礎		2単位	王 京 穂
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>現在の市場環境において、リスク管理は企業にとって最重要な課題の1つである。また、投資家にとっては、いかにリスクを管理してリターンを向上させるかは永遠の課題であろう。派生商品は、リスク管理のための重要な道具であり、企業・投資家のニーズに応じて絶えずに進化している。本科目は、派生商品利用方法の体系的な理解を目指して、二項モデル・ブラックショールズモデルによる価格計算から、リスク管理の実務ノウハウまでを学習する。株式・為替デリバティブ、金利デリバティブ、クレジットデリバティブ等を中心に、コモディティデリバティブ、天候デリバティブ、電力取引、排出権取引などにもついて講義する。</p>			
授 業 内 容			
1	概要	1) 資金仲介とリスク仲介。2) リスク仲介のツールとしての派生商品。3) 企業のリスク・リスク管理と派生商品。	
2	先渡取引	1) 商品の表現：3つのツール。2) 先渡取引の合成。3) 先渡価格の計算。4) 先渡取引の評価。5) 先渡とフューチャーズ。	
3	先渡取引－2	1) 為替先渡取引の事例 2) 輸出企業の為替リスク 3) 外貨販売価格の決定問題	
4	オプション取引	1) 原資産価格の変動と二項モデルによる表現。2) オプション取引の満期ペイオフ。3) オプションの複製。5) リスク中立確率。6) 二項モデルとリスク中立確率。	
5	二項モデルによるオプション価格計算	1) 二項モデルによるオプション価格計算。2) 応用問題：ヨーロッパオプションの価格計算。3) 応用2：アメリカンオプションの価格計算。4) 応用3：バリアオプションの価格計算。	
6	ブラックショールズモデル	1) 二項モデルからブラックショールズモデルへ。2) コールとプットの価格。3) プットコールパリティ。4) リスク指標。	
7	復習とディスカッション		
8	株式派生商品	1) 株式派生商品。2) 新株予約権とその活用。3) 転換社債。4) オプションを利用した投資戦略。	
9	外国為替派生商品	1) 直物取引と「先物取引」。2) 為替フューチャーズ。3) 為替オプション。4) ゼロコストオプション。5) 為替リスクのヘッジ。6) 外貨販売価格の決定問題－2	
10	金利派生商品	1) 短期金利関連商品。2) キャップとフロアー。3) 長期金利商品：金利スワップ。4) 金利スワップション。5) 金利リスクのヘッジ事例。	
11	クレジット・デリバティブ	1) クレジットリスクとクレジットデフォルトスワップ (CDS)。2) CDSの商品仕様。3) CDSと社債と国債との関係。4) 合成・分解とプライシング。5) ヘッジのツールとしてのCDS。6) 運用のツールとしてのCDS。	
12	企業のリスク管理	1) リスク管理概論 2) 市場リスク、信用リスクと流動性リスク。3) 主要リスクの特定。4) リスクテイクのコスト	

13	まとめ・ディスカッションとレポート課題発表	
履修上の注意・準備学習の内容		
<1>金融工学入門の履修後の履修が望ましい <2>派生商品の基礎（演習）との同時履修が望ましい		
教科書		
特に教科書を指定しない。適宜，講義用資料を配布する。		
参考書		
1)『フィナンシャルエンジニアリング』（ジョンハル，東京三菱銀行商品開発部（訳），金融財政事情研究会）		
成績評価の方法		
(1) 授業出席点（40%） (2) 宿題・レポート成績点（60%）		
その他		

科目名		単位	担当教員名
派生商品（演習）		2単位	王 京 穂
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>派生商品の基礎とセットの履修科目である。授業と演習の混合形式をとり、派生商品の価格計算，リスク計測，リスクヘッジ等の具体的問題を解きながら，派生商品応用とリスク管理のスキルを習得する。具体的な商品事例として，為替オプション，株式オプションと金利スワップを採用する。リスク管理への理解と実務における応用を体験するための事例をも用意する。数値計算の手段として，MS-EXCEL を利用し，二項モデルとブラックショールズの計算と必要なデータ分析手法も学習する。</p>			
授 業 内 容			
<ol style="list-style-type: none"> 1) 為替リスクと輸出企業の外貨販売価格決定問題 2) リスクの計測とコントロール 3) 二項モデル：リスク中立確率とオプション価格計算 4) アメリカンオプションとバリアオプション 5) ブラックショールズモデル 6) リスク指標とその利用 7) 株式オプションと転換社債の問題 8) モンテカルロシミュレーション：アジアンオプションとルックバックオプション 9) 金利スワップの計算 10) エンタープライズリスクマネジメント（ケース） 			
履修上の注意・準備学習の内容			
派生商品の基礎とセットで履修すること。			
教 科 書			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
<ol style="list-style-type: none"> (1) 出席（40%） (2) 宿題完成状況（40%） (3) ディスカッション（20%） 			
そ の 他			

科目名			単位	担当教員名
金融市場分析論			2単位	乾 孝 治
開講区分	前期	配当年次		1・2年
授業の概要・到達目標				
<p>本科目では、金融資産の価格評価に関する理論の理解と実際への応用方法を学習する。中心的に扱うテーマは、金利の期間構造や株式のファクターモデルなど基礎的なものに限定した。より実務的な応用については、「金融リスクマネジメント」や「年金と保険のALM」などの講義で扱う予定である。</p> <p>ファイナンスの標準的な教科書で取り上げられている価格理論やリスクの分析手法のみならず、論文等で近年注目されている方法や、新しいトピックについても積極的に取り入れていく予定である。</p> <p>毎回の講義で示される価格理論や分析モデルについてより深く理解するために、金融市場分析論演習を併せて履修することが望ましい。</p>				
授 業 内 容				
1	金利・債券市場分析 (1)	債券分析の基本として、確定的な金利における現在価値、内部収益率などを確認する。		
2	金利・債券市場分析 (2)	債券価格評価法とデュレーションについて解説する。		
3	金利・債券市場分析 (3)	金利の期間構造について解説する。具体的には、ゼロイールド、フォワードレート、ディスカウントファクターなど。		
4	金利・債券市場分析 (4)	金利スワップについて解説し、市場データからディスカウントファクターを推定する方法を解説する。		
5	金利・債券市場分析 (5)	スポットレートモデルの概要を解説し、無裁定条件の下で導かれる債券価格やゼロイールドを導出する。		
6	金利・債券市場分析 (6)	無裁定金利モデルの金利期間構造の表現力について確認し、マルチファクターモデルについて検討する。		
7	株式市場分析 (1)	期待効用理論から初めて、平均分散法、CAPMについて解説する。		
8	株式市場分析 (2)	実的な株式評価モデルとして、Fama-French モデルについて解説する。		
9	株式市場分析 (3)	近年の新しい研究成果を反映した Fama-French の拡張モデルについて検討する。		
10	株式市場分析 (4)	株式評価モデルの一つである残余利モデルについて解説し、株主資本コストの推定およびリスク分解について解説する。		
11	先物・先渡	先物と先渡の理論価格を無裁定条件から決定し、ヘッジ戦略を解説する。		
12	オプション市場 (1)	オプションの価格付け原理を2項モデルで解説し、ヘッジ（複製）方法やリスク中立確率について理解する。		
13	オプション市場 (2)	BS 公式を理解する。インプライドボラティリティを推定し理論価格との乖離が生じることを確認する。		
履修上の注意・準備学習の内容				
<p>単独での履修を制限するものではないが、「金融市場分析論（演習）」と併せて履修することを強く勧める。数学や確率・統計の知識が不足する場合は「ファイナンスのための数理基礎」の受講を勧める。</p>				

教 科 書
参 考 書
(1) 「金融工学入門」, ルーエンバーガー, 日本経済新聞社 (2) "Term-Structure Models-A Graduate Coure", Filipovic, Springer
成 績 評 価 の 方 法
(1) 授業への参加度：50% (2) 演習・レポート：50%
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
金融市場分析論（演習）		2単位	乾 孝 治
開講区分	前期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>本科目は「金融市場分析論」の内容を継続・補完する演習科目なので、セットでの受講を前提とする。金融理論やモデルを理解するためにはデータを使った演習が効果的である。そのため本科目では毎回PCを使った演習に取り組む。</p>			
授 業 内 容			
講義内容は「金融市場分析論」の授業内容に沿って決まるが、以下を予定している。			
1	エクセルの関数・マクロの解説		
2	確定利付証券の評価		
3	債券ポートフォリオ戦略		
4	金利期間構造の推定		
5	無裁定金利期間構造モデルの構築実験		
6	統計的金利モデル		
7	MV法		
8	インプライドリターンの推定		
9	投資信託のスタイル分析とパフォーマンス評価		
10	資本コストの推定		
11	2項モデルによるオプション評価		
12	BSモデルによるオプション評価		
履修上の注意・準備学習の内容			
金融リスク・マネジメントを履修していることを前提に授業を行う。EXCELの基本的な操作ができることが望ましい。			
教 科 書			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
(1) 講義への参加状況 (70%)			
(2) 演出レポート (30%)			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
数理ファイナンス論 I		2 単位	刈屋武昭
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>金融工学主要領域は、(1) 金融商品・資産価格プライシング、(2) 金融リスクマネジメント論、(3) 証券投資論・ポートフォリオ論、(4) 金融市場制度システム論、であり、派生的に (5) 事業リスク管理・リアルオプション論への発展も進んでいる。本授業は (1) に関わる部分であり、それは議論の仕方では (2) とも関係する。</p> <p>金融工学の金融商品・資産価格理論は、無裁定性の概念に依拠し、単にデリバティブの価格だけでなく、資産全体に整合性を伴った価格理論として重要な役割を果たしている。資産価格は、金融商品の基本属性であるリターン、リスク、時間の3つを反映して決定される。それゆえ資産価格の差は、これらの基本属性の違いを反映したものであり、例えば同じ満期を持つ国債と社債価格の差は、信用リスク（と市場での流動性リスク）の違いとなる。そのため、資産価格理論はリスクの価格理論としてもみることが出来る。このような重要性をもつ価格理論の基礎を理解しておくことは、金融技術関連ビジネスに係る上で必須である。</p> <p>本科目では、このような視点から金融工学の基礎理論としての離散時間無裁定資産価格理論を講義する。この講義では、あまり急がず、数式展開を丁寧にして、授業だけで無裁定価格理論がわかるようにする方針。なお、学生全体の水準に合わせて以下の各回の授業内容を場合によっては2週にわたってやることもある。その場合の遅れは、数理ファイナンス II の授業を一部犠牲にする可能性もある。</p>			
授 業 内 容			
1	金融工学とは何か	金融工学、金融技術、技術関連ビジネスとの関係と、最近の金融商品などのトピックスを学習	
2	金利を理解する	金利を理解することが、金融を理解する出発点。金利の基本知識、金利の期間構造、現在価値と割引関数などを理解。	
3	資産価格と確率分布	市場の金融資産価格は確率変数の実現値として理解する。そのための基礎を学習。1次元確率変数と確率密度、期待値、標準偏差、正規分布、2項分布など。	
4	2次元確率分布と条件付分布	複数の金融商品の間の2時点間の無裁定条件を導くための確率的基礎。相関関数、条件付分布、条件付平均値、条件付分散。	
5	オプションと無裁定性	オプションについての基礎知識、多様なデリバティブの紹介。2時点間における特定のモデルを仮定しない場合の無裁定性の条件。	
6	2時点の無裁定価格定理	2時点間の無裁定価格定理の証明をする。確率分布の同等性、2時点確率プロセスマルチンゲール性。	
7	多次元正規プロセスとマルチンゲール	多次元正規プロセスの特徴、条件付分布、共分散行列、条件付平均値、条件付共分散を理解し、プロセスがマルチンゲールとなる条件を求める。ブラウン運動との関係。	
8	資産価格モデルと対数正規プロセス	多時点間の資産価格の変動プロセス（モデル）として対数離散時間ディフュージョン（対数 DD）モデル、対数正規プロセスを理解。多次元確率分布、条件付分布。	
9	無裁定価格理論	資産の価格プロセスが対数 DD プロセスに従うときの無裁定性マルチンゲール条件を導出する。	

10	ブラック・ショールズの公式とその利用法	株価が対数正規プロセスに従うときの株式オプション価格を導出。またその利用法を考察。
11	資産価格評価のためのモンテカルロシミュレーション法	多くの場合、無裁定理論価格は解析的評価が困難。そのための価値評価法として、モンテカルロ・シミュレーション法を議論。変数手段法など。
12	債券理論価格	債券と金利の裁定関係を理解。スポットレートと先物レート、先物レートの期間構造の変動プロセス。
13	HJM モデルと無裁定性の条件	債券価格についての Heath—Jarrow—Morton の無裁定条件を導出、債券オプション、金利デリバティブ。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
基礎科目の数学，確率・統計の知識を前提とする。		
教 科 書		
刈屋武昭・小暮厚之『金融工学入門』（東洋経済新報社）を拡張・補完して利用		
参 考 書		
刈屋武昭『金融工学の基礎』（東洋経済新報社） 刈屋武昭『金融工学とは何か』（岩波新書）		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 教室試験 (60%) (2) 授業出席 (25%) (3) 宿題 (15%)		
そ の 他		
この科目をとらないと数理ファイナンスⅡは履修することができない。		

科目名		単位	担当教員名
数理ファイナンス論 II		2単位	刈屋武昭
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>離散時間アプローチに基づいて、信用リスク分析の基礎と実際的な分析モデルについて講義する。信用リスクとは、典型的には銀行貸出ローン、社債等において、資金調達企業が銀行や投資家に契約通りの支払いが実行できなくなるにより発生する、銀行や投資家の損失リスクである。なかでも倒産リスクが代表的であるが、金利延滞あるいは信用格付の低下による価格下落リスクも信用リスクに含まれる。本講義の基本テーマでは、</p> <p>(1) 倒産確率の評価法と信用リスクのプライシング法 (2) 社債価格理論と応用法 (3) 信用リスク派生商品のプライシング法 (4) 信用リスク管理法</p> <p>などである。信用リスクのプライシングとは、それが起こる確率と起こったときの損失額を評価し、価格に反映させることである。この考え方は保険商品のプライシングと基本的には同じであるが、金融商品の場合、無裁定の条件を課して評価する。分析法の枠組みとしては、リアルオプションなどに応用可能である。</p>			
授 業 内 容			
1	信用リスク分析法の枠組	信用リスク分析の考え方と分析法の枠組を理解する。	
2	格付情報と格付推移	信用リスク分析の一つの基礎を与える格付推移行列と海外実証結果について講義する。	
3	信用リスク分析法の数学的基礎	信用リスクプライシングの基礎となる無裁定価格理論を復習するとともに、離散時間のデフォルト生起プロセス、ハザード関数について解説する。	
4	社債価格の理論	社債価格の理論的基礎を学習する。	
5	倒産確率と社債価格分析法	KMV法とよばれる企業価値オプションアプローチや、格付推移行列を利用したジャロー・ランドー・ターンブルアプローチによる倒産確率評価法を解説し、社債分析に応用する。	
6	実際的な社債価格モデル	実際に利用されている社債価格モデルを議論する。	
7	信用派生商品とプライシング	デフォルト・スワップなど基本的信用派生商品を理解し、プライシング法を解説する。	
8	金利スワップと信用リスクプライシング	金利スワップ派生商品に信用などのリスクを組み入れる方法を学習する。	
9	証券化とCBO	証券化において優先劣後格付構造の導入の仕方を学習する。	
10	信用リスク管理法の基礎	銀行ビジネスなどの基礎となる信用リスク（貸出ローン）を、ポートフォリオとしてプールして管理する方法を議論する。	
11	クレディ・スイスモデル	保険的アプローチにより、クレディ・スイス・フィナンシャル・プロダクト社が開発したモデルを解説する。	
12	クレジット・メトリックス	JPモルガンが開発した信用リスク管理モデルの基本構造を理解する。	
13	信用リスク分析の将来展望	信用リスク分析の最近の流れと実務の動きを展望する。	

履修上の注意・準備学習の内容		
数理ファイナンスIの水準の基礎知識を必要とする。		
教科書		
刈屋武昭『信用リスク分析の基礎』（東洋経済新報社）を基礎テキストとして利用する。		
参考書		
成績評価の方法		
(1) 教室試験 (60%) (2) 授業出席 (20%) (3) 宿題 (20%)		
その他		
信用リスク分析法は、保険リスクや事業リスクの分析法としても役に立ち、これらのリスク管理法を構築する上でも重要である。またリアルオプション論の分析法の基礎にもなる。		

科目名		単位	担当教員名
金融リスク・マネジメント		2単位	乾 孝 治
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>金融市場におけるグローバル化の進展は、資金のダイナミックな移転を加速し、価格変動リスクの増大を招いている。さらに、日進月歩で進む金融商品の多様化・複雑化の流れは、そうした価格変動リスクの管理をより困難にしている。</p> <p>金融商品の取引仲介やアンダーライティングを主要業務とする金融機関のみならず、一般事業会社もまた日々の財務取引や従業員の年金・保険を経由して金融リスクに対峙しており、金融リスク管理能力の維持・向上が本業ビジネス成功の必要条件となっている。</p> <p>本講義では、金融商品の価格変動リスクおよび信用リスクに焦点をあてて、その計測および管理方法について学習することを主な目的とする。前半は BIS 規制に沿ったテーマとなっているが、銀行のリスク管理に特化せず、広く応用に資するような基礎的内容とする、後半では年金等の具体的なリスク管理について議論する。</p>			
授 業 内 容			
1	リスク管理概論	金融リスク管理の歴史、金融リスクの分類、リスクプロセス等、金融リスク管理の概要を確認し、本講義の狙いと金融・保険リスク管理の枠組の関係を理解する。	
2	フィナンシャルリスクの測定	リスク計測に必要な基礎知識として、収益率の計測方法や、確率変数に関する知識（密度関数、分布関数、順序等計量等）、VaR の定義について解説する。	
3	VaR の推定—パラメトリック法	収益率分布に正規分布を仮定した VaR 測定方法を解説し、MV 法、増分 VaR、成分 VaR などを紹介。	
4	VaR の推定—ヒストリカル・シミュレーション法	経験分布による VaR の推定方法、Harell-Davis 統計量、内挿・外挿による精度向上方法など。	
5	VaR の推定—モンテカルロ・シミュレーション法	乱数の生成方法、逆関数法、コレスキー分解など。	
6	金利リスク管理 (1)	金利リスク評価のための期間構造のモデル化について解説する。まずは統計的モデルについて。	
7	金利リスク管理 (2)	金利リスク評価のための期間構造のモデル化について解説する。無裁定モデルについて。	
8	信用リスク管理 (1)	BS モデルによる倒産確率の推定について。	
9	信用リスク管理 (2)	格付に関するマルコフ連鎖モデル。	
10	オペレーショナルリスク管理	オペレーショナルリスクの定量化方法について解説。	
11	非線形リスクのモデル化 (1)	GARCH モデルの概要と推定方法について解説する。	
12	非線形リスクのモデル化 (2)	レジームスイッチングモデルにより資産収益率の非線形的な動きをモデル化する試みを紹介する。	
13	リスクメジャーの再検討	コヒーレントリスク、VaR の問題、ES (Expected Shortfall) を中心に。	

履修上の注意・準備学習の内容		
「金融リスクマネジメント（演習）」と併せて履修することが望ましい。数学，確率・統計の基礎知識が不足する学生は「ファイナンスの数理基礎」を履修することが望ましい。		
教 科 書		
本講義では，適宜，講義用資料を配布し講義を進める。		
参 考 書		
(1) 『金融リスクの計量化（上・下）』木島正明他 きんざい (2) 『信用リスク分析の基礎』刈屋武明 東洋経済 (3) 『フィナンシャルリスクマネジメント』森平爽一郎ほか 朝倉書店 (4) "Value at Risk, "P. Jorion, McGraw Hill.		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業への参加度：50% (2) 演習・レポート：50%		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
金融リスク・マネジメント（演習）		2単位	乾 孝 治
開講区分	後期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>本科目は「金融リスクマネジメント」の内容を継続・補完する演習科目なので、セットでの受講を前提とする。金融理論やモデルを理解するためにはデータを使った演習が効果的である。そのため本科目では毎回PCを使った演習に取り組む。</p>			
授 業 内 容			
「金融リスクマネジメント」の授業内容に沿って演習内容を決定しているが、主に以下を予定している。			
1	収益率分布の検証		
2	多変量正規分布による VaR の計算		
3	ブートストラップ法による VaR の計算		
4	モンテカルロ法による VaR の計算		
5	金利期間構造の推定と統計的分析		
6	Vasicek モデルによる期間構造の生成シミュレーション		
7	倒産確率のロジット/プロビットモデル		
8	信用格付推移モデル		
9	GARCH モデル		
10	レジームスイッチングモデル分析		
11	オペレーショナルリスクのシミュレーション分析		
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>金融リスク・マネジメントを履修していることを前提に授業を行う。EXCEL の基本的な操作ができることが望ましい。</p>			
教 科 書			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
(1) 講義への参加状況 (70%)			
(2) 演出レポート (30%)			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
金融商品の基礎		2単位	王 京 穂
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>金融商品は企業にとって資金調達，投資家にとって資金運用の手段である。金融商品は多様な調達・運用の選択肢を形成し，経済に対して，資金仲介・リスク仲介と効用向上の機能を提供する。本科目は，金融商品の体系的な理解を目指し，債券，株式，為替，証券化商品，ヘッジファンドなどの商品特性，リスク・リターン特性について学習する。学習は，CAPMの考え方をベースにリスクとリターンの概念を軸に展開する。関連計算やデータ分析手法についても紹介する。</p>			
授 業 内 容			
1	概論	1) イントロダクション。2) 実物資産と金融資産。3) 金融市場の参加者。4) 金融仲介機能。5) 金融商品の役割と機能。	
2	短期金融商品	1) 金融市場。2) 短期金融市場。3) 預金と金利。4) キャッシュフローとキャッシュフロー図。5) 短期国債。6) CDとCP。7) 短期金利に関する計算。	
3	債券	1) 公社債と債券市場。2) 債券の種類。3) 複利の概念と計算。4) イールドカーブとその形成に関する理論。5) 信用リスクと信用リスクプレミアム。	
4	株式	1) 株式と株式市場。2) 株式の価値の根源。3) 株価の変動，株価収益率とリスク。4) 株価変動の要因分解	
5	リスクとリスクプレミアム	1) リスクとリスク指標。2) リスクとリスクプレミアム。3) ポートフォリオ投資の効果。4) 2種類のリスクの存在。5) ファクターモデルによるリスクの分解。6) リスクプレミアム再考。	
6	CAPM	1) リスクと超過収益。2) ポートフォリオの選択問題。3) 安全資産とポートフォリオ選択。4) CAPM (Capital Asset Pricing Model)。	
7	投資信託	1) 投資信託の歴史。2) 投資信託の仕組み。3) 投資信託の種類。4) パフォーマンスの評価と投資信託の選択。	
8	復習とディスカッション		
9	外国為替	1) 国際金融と外国為替。2) 国際通貨制度。3) 為替レートの形成に関する理論。4) 取引のプライシングに関する緒理論。5) 外国為替取引。6) 人民元，アジア通貨。	
10	リスク管理	1) リスク管理の考え方。2) リスクの定義と計測。3) 市場リスク。4) 信用リスク。5) 流動性リスク。6) 統合リスク管理。	
11	ヘッジファンド	1) 歴史: 代替投資の進化。2) 新しい収益源・リスクファクターへの追求。3) ヘッジファンドの分類と収益源。4) パフォーマンスの計測。5) リスク管理における注意点。	
12	債券の進化	1) 債券の進化 2) 証券化と証券化関連金融商品。3) 証券化商品のリスク。4) 証券化商品の格付と利回り。5) 仕組債。6) リスクテイクとクーポンエンハンスメント。7) 仕組債のリスクについて。	

13	まとめとディスカッション	1) まとめとディスカッション。2) 最終レポート課題発表。
履修上の注意・準備学習の内容		
教 科 書		
特に教科書を指定しない。適宜，講義用資料を配布する。		
参 考 書		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (40%)		
(2) 宿題・レポート成績点 (60%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
金融商品（演習）		2単位	王 京 穂
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>金融商品の基礎とのセットの履修科目である。授業と演習の混合形式をとり、議論しながら展開する。具体的問題を通して、理論と商品特性への理解を深め、データ分析・リスク計測、価格計算等のスキルの学習をする。事例として、＜1＞債券の利回り問題、＜2＞株式のベータとリスクプレミアム計測等の基本問題と、＜3＞事業リスク管理、＜4＞企業価値評価などの複合問題まで用意する。関連のデータ分析手法の学習とデータ分析・考察にも時間を割り当てる。EXCEL ベースの簡単なプログラミングの演習問題と宿題がある。</p>			
授 業 内 容			
1	金利・割引値と利付債に関する計算		
2	利付債の応用：事業評価問題		
3	CAPM 関連計算：株価リスクとベータの計算		
4	ポートフォリオ投資の効果と最適ポートフォリオ選択問題		
5	投資信託のパフォーマンス評価		
6	CAPM の応用：企業価値の評価問題		
7	リスク管理問題：証拠金の設計		
8	応用問題：企業の資本構成		
9	応用問題：事業構成と最適資源配分		
10	応用問題：株価と企業信用		
履修上の注意・準備学習の内容			
金融商品の基礎とセットで履修のこと。			
教 科 書			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
(1) 出席 (40%)			
(2) 宿題完成状況 (40%)			
(3) ディスカッション (20%)			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
証券化技術		2単位	王 京 穂
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>証券化は、企業に新しい資金調達の実選択肢を与え、投資家に新しい投資対象を提供し、直接金融の新しいチャネルとして資金・リスクの需要・供給のミスマッチの解消に重要な役割を果たす仕組みである。本科目の内容は、証券化における主な技術、SPV、倒産隔離、優先劣後構造、信用補間などの仕組みから、具体的な証券化商品 ABS, RMBS, JRIET などの特性と特有リスクへの理解までカバーする。サブプライムローン問題に関する考察も試みる。</p>			
授 業 内 容			
1	概要	1) 伝統的な資金・リスク仲介機能。2) 証券化の歴史 3) 企業信用依拠から資産依拠へ：新しい資金・リスク仲介チャネル。4) サブプライムローン問題。	
2	証券化の仕組み	1) 証券化のモデル。2) SPV。3) 対象資産。4) オリジネータ。5) 優先劣後構造。6) 依拠法。7) 商法上の SPC。8) 信託 SPV。9) 資産流動化法。10) 投資信託及び投資法人に関する法律。	
3	SPV の安全性	1) SPV の安全性。2) 株主倒産リスクの隔離。3) SPV 自身の安全性向上。4) 対抗要件。5) その他のリスク。	
4	対象資産の特性と特有のリスク	1) 対象資産の特性と特有のリスク。2) ABS の分類。4) 売掛債権。5) 手形債権。6) リース債権。7) 割賦債権。8) クレジット債権。9) 対抗要件の成立。	
5	信用補完	1) デット投資家の安全性向上。2) 保証。3) 優先劣後構造。4) 超過担保。5) 債権プールの効果。6) 事例：売掛債権の証券化。7) ABCP プログラム。8) 信用補完のまとめ。	
6	復習とディスカッション		
7	RMBS	1) 住宅金融公庫債とその仕組み。2) 対象資産：住宅ローン。3) 住宅ローンの特性。4) 期限前返済リスク。5) 投資家からみた RMBS のリスクと魅力。	
8	不動産の証券化	1) 不動産の証券化とその特徴。2) プライシング問題。3) 不動産証券化事例。4) J-REIT とその波及効果。5) 証券化が不動産業界に与える影響。	
9	証券化の広がり	1) 対象資産の広がり。2) 知的所有権の証券化。3) ビジネスの証券化。4) 映画ファンド。5) 電子債権。6) 課題設定。	
10	課題発表	1) 課題発表。2) ディスカッション。	
10	証券化のインセンティブ	1) 証券化のインセンティブ。2) 財務体質の向上。3) エージェンシーコストの低下。4) 税金の問題。5) 含み益の実現。6) 証券化と企業価値の向上。	
12	証券化とサブプライムローン問題	1) 2つの方向への進化。2) CLO と CDO。3) サブプライムローン。4) 保証としての CDS。5) 証券化商品格付：格付会社の見方。6) 事例研究：格付とその欠陥。7) 問題所在。	

13	まとめと展望	1) まとめ。2) 展望：対象資産の広がり。3) リスク管理の視点から。4) 新 BIS 規制による影響。5) レポート課題発表。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
教 科 書		
特に教科書を指定しない。適宜，講義用資料を配布する。		
参 考 書		
(1) ストラクチャードファイナンス入門（大垣尚司，日本経済新聞社） (2) 不動産証券化の実践（佐藤一雄，ダイヤモンド社） (3) 不動産金融工学とは何か（刈屋武昭，東洋新報社）		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点（40%） (2) 宿題・レポート成績点（60%）		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
証券化関連法		2単位	片山典之
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本授業では、証券化と呼ばれる取引のうち、不動産の証券化をそのテーマとして扱う。不動産の証券化とは、不動産をその対象資産とし、証券発行などを利用して行われる、アセットファイナンスとしての資金調達仕組みである。実務における法律的な関心事としては、例えば、いわゆるSPCなどのビークルに関する法律問題（SPCの設立・存続や倒産法、倒産隔離にかかる問題）、資産の譲渡に関する民法などの規定、日本における不動産法制の特徴（賃貸借に関する問題）、信託や匿名組合に関する法律や金融商品取引法などを中心とした、資金調達に関する問題点など、が挙げられる。本授業においては、担当教員の法律実務家（弁護士）としての経験をもとに、実務のストラクチャーやドキュメンテーション（不動産管理処分信託契約、受益権売買契約、ローン契約、担保関連契約、賃貸借（マスターリース）契約、プロパティマネジメント契約、投資家用の商品内容説明書類、その他関連当事者合意書など。）のサンプルを参加者とともに検討する事を通じて、不動産の証券化の具体的な案件を取り扱う場面において、すぐに役立つような内容をできるだけ盛り込みたいと考えている。なお、本授業を取り扱う実務分野の動きなどに合わせて、授業のテーマの順番や内容を下記のものから変更する場合がありますことにご留意されたい。</p>			
授 業 内 容			
1	証券化概論	不動産のみならず、資産の証券化一般について、検討する。テーマは、コーポレートファイナンス vs. アセットファイナンス、証券化対象資産としての不動産の特徴（主として、金銭債権との比較）など。	
2	不動産と金融の融合、よく使われる用語の確認	かつて金融取引とは無関係と考えられていた不動産取引の実務において、金融取引と融合してきた実際例や現在の到達点を検討する。また、不動産証券化の法務においてよく使われる用語も確認していきたい。	
3	信託を利用したスキーム	不動産の証券化、流動化にあたっては、現物（実物）不動産を受益権化することが実務では頻繁に行われている。この場合の実務上の留意点を中心に検討する。	
4	TK-GK（YK）スキーム	証券化、あるいは流動化は、不動産に対する投資のあり方を、投資をする側が直接に保有する資産に着目した現象を指しているものに他ならないが、その中でも、エクイティ部分への投資、資金調達の方法としてよく使われる、合同会社（GK）（有限会社（YK））と匿名組合（TK）の組み合わせの実例について検討を行う。	
5	資産流動化法上のTMKを利用したスキーム	不動産証券化にあたってのビークルとして、資産流動化法上の特定目的会社（TMK）を利用する場合について検討する。資産流動化法は、文字通り、資産の流動化を促進するために作られた法律であり、実務上もこれを利用するためのドキュメントの量や種類も多く、本授業では、実例を見ながら、実務上の留意点を検討する。	
6	開発型証券化	多くの不動産対象のファイナンスが既にキャッシュフローを生んでいるオフィスビルなどを対象にしているのに対し、いわゆる開発型の不動産証券化とは、不動産が開発される前の段階で開発のために必要な費用を証券化によって調達する点にその特徴がある。このような特殊性を中心に検討する。	

7	J-REIT	2000年、それまで契約型しかなかった投資信託に、いわゆる会社型信託である「投資法人」という新しいコンセプトが投資信託法に導入された。この導入は、日本版の上場型不動産投資信託（いわゆるJ-REIT）の実現と大きな関係があり、かかる投信法の内容の理解がJ-REITに関わる実務担当者には重要性が高いと考えられる。投信法の趣旨などを中心に検討してみたい。
8	不動産特定共同事業法の利用	不動産の小口化商品の普及を目指して、先駆けとして作られたこの法律については、やや使い勝手が悪い部分があり、当初の期待ほど利用されなかった。これに対する実務の対応と、どのような場合に利用可能なのかなど、事例を通して検討する。
9	ノンリコースローン、社債発行などの資金調達の変種について	第4回やJ-REITにおける投資口（いわゆるJ-REIT株）などのエクイティに対峙するものとしてデットの投資がローンや社債による資金調達である。その変種の検討と、ローンを束にして行われるCMBSなどにも触れたい。
10	契約交渉シュミレーション(1)	オリジネータ、投資家、レンダーなどのチームに分かれて、それぞれの立場から、契約交渉のあり方を探ってもらおう。
11	契約交渉シュミレーション(2)	同上
12	不動産業界の立場から（ゲストスピーカー）	不動産証券化の第一線で活躍する、不動産会社の方を招いて、ゲストスピーカーとして実際の現場の状況や実務上の注意点をお話いただき、質疑応答を通じて、実務のあり方を検討する。
13	金融業界の立場から（ゲストスピーカー）	不動産証券化の第一線で活躍する、金融機関の方を招いて、ゲストスピーカーとして実際の現場の状況や実務上の注意点をお話いただき、質疑応答を通じて、実務のあり方を検討する。
履修上の注意・準備学習の内容		
教 科 書		
参考資料は講義時に配布予定。		
参 考 書		
(1)『不動産証券化ハンドブック 2008-2009』（社団法人 不動産証券化協会）、(2) 佐藤一雄『不動産証券化の実践 完全版—使いやすいノウハウと豊富な事例分析』（ダイヤモンド社）、(3) その他、講義の時点であるべく新しい文献を紹介する予定。		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点（30%）、 (2) 最終レポート成績点（40%）、 (3) 授業中での議論への参加（30%） などを考慮して評価する。		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
アセット・アロケーション論		2単位	木村 哲
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>アロケーションという行為の基本は、投資対象の資産の期待リターン分析が基本になる。最近注目されている投資対象は、エマージング株式、エマージング債券、コモディティ、為替、REIT、CDOである。次に、アセットアロケーション理論は、ポートフォリオの一定期間におけるリターンとリスクコントロールにかかわるすべての理論が含まれることになる。バブルに関する理論も重要である。また、パーソナルファイナンスのフィナンシャルプランナーとして、人生の中でのアロケーション理論も重要な分野である。投信や年金のアロケーションを具体的に対象とする。理論の進展としては、行動ファイナンス理論での効用理論や、非正規分布資産の問題とショートフォールリスク、さらにはドローダウン、ドローダウン復活期間に注目した理論が展開されている。広範な理論が相互に関連しているため、関連性を意識した講義を心がけたい。多岐にわたるので、ポイントの理解に重点をおいた講義になると思われる。</p>			
授業内容			
1	効用関数と効用分析	証券アナリストの倫理規定を学習する。投資理論の出発点である効用理論・効用関数・無差別効用の議論を理解する。リスクプレミアムと効用関数の関係を学習する。平均分散効用理論と最適化及び確実性等価の関係を学習する。	
2	平均分散効用関数と有効フロンティア	アセットアロケーション技術の実務の基本としてのマーコビッツの平均分散効用理論、最適化理論、有効フロンティアの求め方、制約条件と最適化の解の関係、ペナルティ関数の利用方法等を理解する。	
3	アローデブロー証券価格の概念と効用最大理論	ファイナンス理論の重要基礎であるアローデブロー証券価格、状態確率、ペイオフ行列、プライシングカーネルの概念を学習する。	
4	行動ファイナンス理論の考え方	カーネマンのプロスペクト理論を中心に、行動ファイナンス理論の考え方を学ぶ。人間の効用の感じ方、その非合理性、群集心理、バブル等について学ぶ。	
5	バブルの歴史と分析理論	アロケーション上最も重要なことは、今バブルかどうかの判定と、バブルがはじける時期が近づいているかどうかの分析である。バブルの歴史と分析手法を学習する。	
6	エマージング株式	21世紀の人類は新しい世界構築の時代に入った。中国インド等エマージング諸国への株式投資が大変重要である。経済分析手法と、実務知識を整理する。実務的なMSCI株式指数の概要	
7	エマージング債券	エマージング諸国の発展を債券の観点から分析する。投資対象として、金利、カントリー信用リスクの特徴と、為替の問題を学習する。	
8	コモディティ先物	世界の資源不足の時代が続くことは避けられない。このことを背景に、コモディティ投資の特徴と分析手法を学ぶ。投資は先物でおこなわれるので、コモディティ先物の理論も学習する。	

9	CDO 投資	証券化商品への投資も重要な投資対象である。証券化商品の構造と投資分析の手法を学ぶ。サブプライム問題の考え方も学習する。
10	ライフサイクルにおける最適アセットロケーション理論	ライフサイクルアロケーション理論の中核となる多期間問題を扱う。理論的基礎となる、ダイナミックプログラミングの概要を理解する。
11	CPPI と DAA	オプション理論とアロケーション理論の融合による、DAA 理論・CPPI 理論等のダイナミックヘッジ運用手法の基本を学習する。ショートフォールリスクをコントロールしながらアロケーションする技術を学習する。為替オーバーレイ理論も学習する。
12	マネージャストラクチャー理論	最適パッシブアクティブ比率計算理論。最適マネージャストラクチャーモデル理論。リスクバジェット理論を学習する。
13	ドローダウン	C-VAR 実務で重要なドローダウンの計算、コヒラントリスクメジャー、C-VAR 理論、を学習する。
14	LPM 理論、流動性リスク理論	LPM 理論によるショートフォールリスク理論を学習する。流動性リスク及び低流動性資産アロケーションに関する先端的理論を学習する。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
確率・統計の基礎知識の学習も授業で行う。		
教 科 書		
証券アナリスト協会「証券投資論」(理論編) 証券アナリスト協会「証券投資論」(実務編) ジョン・キャンベル「戦略的アセットアロケーション」(東洋経済) ルーエンバーガー「金融工学入門」(日本経済新聞社) 今野浩他訳 野村證券訳「コモディティ投資入門」 各種配布資料		
参 考 書		
矢島邦昭「アセットアロケーション戦略」(きんざい) ロジャー・G・イボットソン「グローバルインベストメント」(東洋経済新報社) Elton Gruber「Modern Portfolio Theory & Investment Analysis」 Danthine「現在ファイナンス分析」(ときわ総合サービス) MSCI 資料 関連の証券アナリストジャーナル 各種論文配布資料		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (30%) (2) 最終レポート (40%) (3) 授業での議論参加度 (10%) (4) 宿題 (20%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
アセット・アロケーション論（演習）		2単位	木村 哲
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>アセットアロケーション理論科目の受講を前提にする演習科目である。アロケーションの対象として、最近ではエマージング株式、エマージング債券、コモディティ投資、ファンド・オブ・ファンズのニーズが拡大している。これらの期待リターン予測手法と実際のアロケーションプログラミングの演習を行う。モンテカルロシミュレーションも学ぶ。パーソナルファイナンスにおける個人の財産運用としてのグローバルアロケーションの知識も学習する。それに加え実務第一線の高度なアロケーション手法であるリサンプリング手法やブラックリッターマンモデルも学習する。理論は、実際にプログラミングをしてみないと理解できないことが多い。情報化教室において、プログラミングテクニックの解説も行い、各自が計算モデルを作成する時間を用意している。</p>			
授業内容			
1	効用関数と効用分析	効用関数に基づくリスクプレミアムの計算演習。平均分散効用理論と最適化の計算演習。行動ファイナンス理論のプロスペクト理論の演習も行う。	
2	平均分散効用関数と有効フロンティア	マーコビッツの平均分散効用理論、最適化理論、有効フロンティアを求めるプログラム作成演習。制約条件と最適化の解の関係、ペナルティ関数を入れた最適化プログラム作成演習。	
3	モンテカルロシミュレーションプログラミング演習	これからのモデル開発の基本技術であるモンテカルロシミュレーションの技術を習得する。コレツキー分解理論による相関付き多変量乱数の発生技術を習得する。一般的シミュレーションツールであるクリスタルボールも紹介する。	
4	エマージング株式エマージング債券のリターンリスク予測	エマージング諸国の株式リスクプレミアムの計算と、株式長期期待リターン予想モデルの作成演習。株価指数リターン予測手法演習。エマージング債券のリターン要因の分析計算と、長期期待リターン予想モデルの作成演習。債券リターン予測手法演習。	
5	コモディティ先物のリターン	コモディティ先物の投資には、ポートフォリオとしての運用特性とローリング効果が重要である。実際のデータを利用し、コモディティ先物の投資理論の演習を行う。	
6	為替予測理論	購買力平価モデルの演習、為替先物価格理論モデルを演習する。	
7	ブラックリッターマン型グローバル・アロケーション理論	マーコビッツ型最適化の問題点とベイジアン型アロケーション理論である Black & Litterman 型のグローバル・アロケーションモデルをプログラムの観点から理解する。	
8	DAA 理論・CPPI 理論、TIPP 理論	DAA 理論・CPPI 理論等のダイナミックヘッジ運用手法の基本モデル構築シミュレーションモデル構築演習をする。	
9	リサンプリング手法によるアセットアロケーション	マーコビッツ型アロケーションの問題点の解決手法の一つとして利用されるリサンプリング手法の計算プログラムを学習する。多変量相関付乱数のモンテカルロ学習も行う。	
10	ダイナミックプログラミング・モデル演習	多期間問題の理論的基礎となる、ダイナミックプログラミングモデルのプログラミング例を紹介する。	

11	ALM アロケーションモデル構築演習	年金 ALM 及び一般 ALM におけるサープラス最適化理論に基づく簡易モデルを作成する。
12	マネージャストラクチャーとリスクバジューティングモデル	最適パッシブアクティブ比率計算プログラミング演習。最適マネージャストラクチャーモデル作成演習。ファンドオブファンズを対象としたときのマネージャストラクチャーも学習する。
13	全ケース分析アロケーション	ヘッジファンドのアロケーションに有益な、全ケース分析アロケーション技術、線形計画アロケーション理論を学習する。
14	ドローダウン、C-VAR、LPM 理論の計算モデル演習	C-VAR 理論、LPM 理論によるショートフォールリスクを実際に計算する。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
確率・統計の基礎知識の学習も授業で行う。		
教 科 書		
証券アナリスト協会 「証券投資理論 理論編、実務編」 配布資料		
参 考 書		
ジョン・キャンベル「戦略的アセットアロケーション」(東洋経済) ルーエンバーガー「金融工学入門」(日本経済新聞社) 今野浩他訳 矢島邦昭「アセットアロケーション戦略」(きんざい)		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (30%) (2) 最終レポート (40%) (3) 授業での議論参加度 (10%) (4) 宿題 (20%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
年金マネジメント		2単位	木村 哲
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>年金問題は、企業年金と公的年金の双方が社会的に大変重要な問題である。日本でも基礎年金の抜本的改革が議論され始めている。スウェーデン方式のような外国の年金制度に対する理解も重要であり、また、運用の方法に関する理論も重要である。また、公的年金制度は財政問題と切り離せないのも、財政問題も取り扱う。財政破綻の実情も学習する。企業年金の退職給付会計の実務、年金債務の計算の考え方も学習する。年金運用管理理論としては、年金負債を考慮したサープラスの最適アロケーション理論が主流になりつつあり、年金負債インデックスの研究も行われ始めている。ただし、年金 ALM の計算技術はアロケーションの科目の対象にして、この科目では、内容を理解できるように解説し、各種年金問題を考える力を養うことに重点を置く。</p>			
授業内容			
1	公的年金制度	年金制度に関する図書を参考に、公的年金制度の概要・公的年金制度の概要、年金計算方法の概要を解説する。	
2	公的社会保障制度	年金に関係して、医療保険等の社会保障制度、介護保険制度がある。それらの関係を概観する。	
3	公的年金運用の現状 -1	公表されている資料から、公的年金運用体制と運用プロセス、運用資産対象の現状を解説する。	
4	公的年金運用の現状 -2	公的年金の財政計算方法を学習する。巨額な資金である郵便貯金・簡保貯金の資金運用の現状も紹介する。	
5	財政問題シミュレーション	公的な財政問題や消費税引き上げ問題がどのようになるのか、シミュレーションシステムを作成して将来の問題点を理解する。できれば、特別勘定予算の問題も概観する。	
6	諸外国の公的年金制度	スウェーデン、米国における年金制度の歴史的変遷を学習する。	
7	企業年金制度	企業年金の概念、年金負債の概念、確定拠出、確定給付、の企業年金制度の概要を解説する。代行返上の意味を解説する。	
8	退職給付会計と企業価値	退職給付引当金は、企業価値評価におけるマイナス要素であり、株価にも反映されるようになってきている。企業の事業リスクと年金運用のリスクの関係等の総合的リスク管理に関する先行研究を解説する。年金財務と企業財務の統合に対する実務的アプローチが重要である。	
9	年金運用理論 -I	投資政策、戦略、アセット・アロケーション（年金基金のガバナンス、運営、価値創造）手法	
10	年金運用理論 -II	ベンチマークの選択（ベンチマーク・ポートフォリオオースポンサーの視点）、LID 運用、年金運用におけるオルタナティブ運用の実情と関連論文を学習する。カルパースの先端的プライベートエクイティ・不動産投資に関する状況を紹介する。	
11	年金とインフレ問題	日本の現状を認識し、インフレと年金の関係を整理する。長期期待リターンの計測にかかわるペロルドのモデルの紹介。年金債務の認識による ALM の紹介。	

12	インフレ連動債と年金 ALM サーブルラス最適化	インフレ連動債の特性について学習する。年金 ALM において、インフレと負債を考慮した最適化理論が中心になりつつある。年金負債に注目したリスク管理を LID 型 ALM という。年金運用の実務の先端を紹介する。
13	マネージャーストラクチャー理論とリスクバジェット理論	マネージャーのアクティブリスクリターンから、最適マネージャーストラクチャーを構成する枠組みについて、論文を紹介する。内容としては、リスクバジェット理論や最適アクティブパッシブ比率理論をわかりやすく解説する。リスクバジェット理論を紹介する。
14	ショートフォールリスク管理と年金運用	ショートフォール期待値分析による ALM 理論、LPM による下方リスク管理 ALM 等を紹介する。
履修上の注意・準備学習の内容		
本科目は年金の制度の内容をより重視しており、ALM 計算理論は、アロケーション理論科目で扱う。		
教 科 書		
厚労省「平成 21 年度財政再計算資料」 安田まゆみ「平成 22 年度 年金の基礎知識」 トーマツ「退職給付会計」		
参 考 書		
渡部記安「21 世紀の公私年金政策」		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (30%) (2) 最終レポート成績点 (40%) (3) 授業中での議論への参加 (10%) (4) 宿題 (20%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
投資信託と投資ファンド		2単位	木村 哲
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本科目は、投資に興味のある方を対象に、株式投資や為替投資の基本や、資産運用業務に関する知識を学習する。投資信託商品及び投資ファンドに関する分野を広範に解説する。内容は、(1) 株式投資や為替投資の方法 (2) E T F や投資信託商品の運用理論 (3) ヘッジファンド (4) 投資事業組合スキームファンド (5) 不動産投資信託 (REIT) の部分で構成される。制度面の理解として、投信法、金融商品時価会計、投資事業有限責任組合法を学習する。実感を高めるために、学生による投信の模擬売買も試みてみたい。</p>			
授 業 内 容			
1	株式投資とは	フィナンシャルプランナーの倫理規定を学習する。株式投資のための情報収集の仕方、株式投資の手法や考え方を解説する。	
2	為替投資とは	為替投資のための情報収集の仕方、為替投資の手法や考え方を解説する。	
3	投資信託の商品概要	投資信託のグローバルソブリンの概要を紹介する。	
4	E T F の概要とポートフォリオ投資	ETF, 投信ファンドオブヘッジファンド, 投信オブプライベートエクイティファンド等各種投信商品の概要を紹介する。	
5	ラップ講座	ラップ講座と税制。証券会社のラップ講座, 信託銀行のラップ講座の事例紹介。投信商品と株式投信との新税法における取り扱いを学習する。米国のラップ講座制度についても触れる。	
6	投信格付けパフォーマンス分析手法	モーニングスター, 野村証券, R & I の投信格付け手法を事例研究として学習する。その背景にあるパフォーマンス分析理論を解説する。	
7	投信のスタイル分析論	投信商品の運用内容を分析するために, 投信商品のパフォーマンスを各種インデックスリターンに回帰してスタイル分析するシャープのスタイル分析手法を解説する。また, 投信ポートフォリオの研究文献を紹介する。	
8	ヘッジファンド -I	マクロヘッジ, CB アービトラージ, 金利アービトラージ, ディストレス証券投資等の運用手法の概要を学習する。	
9	ヘッジファンド -II	ディストレス証券, マーケットニュートラル, 債券アービトラージ等の運用手法の概要を学習する。LTCM の破綻の経緯についても紹介する。	
10	投資事業有限責任組合法・LLP 等の共同投資スキーム	最新の投資事業組合関連法制度を学習する。村上ファンド, ライブドア問題, 企業再生ファンド, ベンチャーキャピタル, 等の投資事業組合ファンド・スキームを学習する。	
11	プライベートエクイティファンド -I	投資事業組合を利用するプライベートエクイティファンド及びベンチャーキャピタルの内容と投資手法を学習する。	
12	プライベートエクイティファンド -II	LBO ファンド, 年金とプライベートエクイティファンド, リスク分散手法等各種投資手法を学習する。	
13	J-REIT 評価	J-REIT の内容と, 投資評価手法を解説する。	
14	投信模擬売買の評価	3か月間の投信模擬売買の評価をグループで発表する	

履修上の注意・準備学習の内容		
特に条件はない。		
教 科 書		
山内英資「オルタナティブ投資入門」 野村アセット投信研究所「投資信託の法務と実務」講義ペーパーと関連論文の配布が中心になる。		
参 考 書		
四塚利樹「ヘッジファンド・テクノロジー」 添田真峰「プライベートエクイティ投資」		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (30%) (2) 最終レポート成績点 (40%) (3) 授業中での議論への参加 (10%) (4) 宿題 (20%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
行動ファイナンス論		2単位	岩 沢 誠一郎
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>「行動ファイナンス」とは金融市場の諸現象を、市場における現実のプレーヤーの心理や行動によって解釈していこうとするファイナンス理論の新しい潮流（の一つ）の総称である。「何を当たり前な」と思われるかもしれないが、伝統的なファイナンス理論においては「市場における現実のプレーヤーの心理や行動」が論じられることは稀なのである。もちろんそのことは直ちに論難されるべきものではなく、それがそうした学問として成立してきたことには理由があるのだが、最近になって伝統的な理論によっては必ずしもうまく説明され得ないような「金融市場の諸現象」が指摘されるようになり、新しい学問体系が求められるようになってきたのである。本講義ではこうした経緯について、伝統的ファイナンス理論のレビューも含めて解説するところから始めたい。その上で、「行動ファイナンス」の基礎となる考え方を説明し、後半では応用として、株式市場の諸現象をいかに解釈するかという問題を取り上げる。そこでは講師が野村証券金融経済研究所の研究者として、内外の機関投資家に対して提案してきた具体的な株式投資戦略のいくつかについても議論されることになるであろう。将来ファンドマネージャー・証券アナリスト・証券外務員を目指す方々はもちろん、株式市場の動向（をいかに解釈するかについて）に関心をお持ちの方々には、若干の示唆を与えることができるのではないかと思う。</p>			
授 業 内 容			
1	行動経済学入門	伝統的な新古典派経済学と行動経済学。行動ファイナンスを学ぶ意義。	
2	ヒューリスティクス	行動ファイナンス論の基礎となっている心理学的知見の中から「将来の予想を行う際のバイアス」について検討。代表性バイアス。保守性。自信過剰。アテンションの限界。	
3	プロスペクト理論	行動ファイナンス論の基礎となっている心理学的知見の中から「資産選好におけるバイアス」について検討。損失回避。現状維持バイアス。	
4	行動経済学のフロンティア	心理学を基礎とする行動経済学が経済学を変貌させつつある姿について概観する。神経経済学。	
5	新古典派のファイナンス理論	伝統的なファイナンス理論をレビュー。金融資産の価値。モダンポートフォリオ理論。CAPM/APT。効率的市場仮説。	
6	市場における非効率	80年以降における効率的市場仮説への挑戦の歴史。実証研究とその意義を議論。	
7	ノイズ・トレーダー・アプローチ	市場における非効率残存を基礎づける理論の一つとして、「ノイズ・トレーダー・アプローチ」を議論。	
8	裁定の限界とその源泉	裁定取引が完全には行われ得ないことは市場において非効率が残存する重要な理由の一つである。裁定の限界を作り出す現実的な諸要因について議論。	
9	投資家行動その1	投資家の行動分析とその応用。ポジティブ・フィードバック。バブル。	
10	投資家行動その2	投資家の行動分析とその応用。アンダー・リアクションとオーバー・リアクション。	
11	アナリスト行動	証券アナリストの行動分析とその応用。	

12	経営者行動（行動コーポレートファイナンス）	経営者の行動分析とその応用。資金調達。M & A。設備投資。
13	まとめ	行動ファイナンスを学ぶ意義について改めて議論。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
<p>講義参加の資格について特に限定は設けませんが、課題として何らかの具体的な投資戦略のパフォーマンス分析などが課される予定であり、表計算ソフトが使えることは講義参加の前提となる。また、企業価値を議論するにあたり、会計の基礎的知識は不可欠であり、貸借対照表・損益計算書の基礎的な知識があることが望ましい。</p>		
教 科 書		
<p>教科書は特に指定しないが、講義内容が大きく依拠する文献は、Shleifer (2000), "Inefficient Markets, " Oxford (邦訳はA・シュレイファー『金融バブルの経済学』, 東洋経済新報社—ただし邦訳は読みづらく推奨できない) である。</p>		
参 考 書		
<p>参考文献は授業中に示される。事前に「行動ファイナンス」について知りたいという意欲のある方には、多田洋介『行動経済学入門』, 友野典男『行動経済学 経済は「感情」で動いている』を挙げておく。</p>		
成 績 評 価 の 方 法		
<p>(1) 授業出席点 (30%) (2) 課題 (30%) (3) 期末試験 (40%)</p> <p>なお、期末試験は email によって各人に送付され、指定された時間以内に返送されたもののみが採点される。試験の解答に当たり、講義ノートのみならず何を参照するのも自由であるが、クラスメートと解答について議論することは許されない。</p>		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
M & A 分析		2 単位	山 村 能 郎
開講区分	後期	配当年次	1・2 年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>企業の経済活動の一環としての M & A は社会的にもその有用性が認識されつつあり、我が国でも広く利用されつつある。本講義では、M & A の計画策定、実行のプロセス、および企業価値の評価方法などについての理解を深めることを目的とする。はじめに、株式譲渡・新株引受・株式交換などによる企業買収、営業譲渡、合併、会社分割など狭義の M & A の他、業務提携など直接的な資本移動の伴わない広義の M & A を含めた様々な M & A の手法・戦略プロセスについて広く学習する。さらに、DCF による価値評価法やリアルオプションによる評価方法など、M & A に利用される企業価値の評価方法などについて解説する。また、MBO やポイズンピルなどの M & A に関連するトピックなどの解説も適宜採り入れる。</p>			
授 業 内 容			
1	M & A の概要	近年、広範に M & A が利用されている背景とメリットについて解説	
2	M & A の効果	実際の M & A の効果などに関する解説	
3	M & A の形態	企業買収、営業譲渡、業務提携など様々な M & A の形態の解説	
4	プロセス	M & A のプロセスを法務、財務などの観点から確認	
5	財務と価格	M & A 前後における企業統合のプロセスと課題の検討	
6	企業価値評価の概要	DCF 法、株価比較法など伝統的な企業評価法についての解説	
7	DCF 法による価値評価 (1)	財務諸表をベースに価値評価のための FCF 算出の解説	
8	DCF 法による価値評価 (2)	資本コスト算出法の解説	
9	DCF 法による価値評価 (3)	将来 FCF に基づく企業価値の算定	
10	マーケット・アプローチによる企業価値評価	類似企業比較法などの解説と計算例	
11	コスト・アプローチによる企業価値評価	コスト・アプローチにおける純資産額の算定法などの解説	
12	リアルオプション評価	オプション評価法の解説と事例	
13	無形資産の評価	企業価値評価における企業の無形資産の役割・重要性について解説	
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
本講義では、主に M & A における企業価値評価に焦点をあてる。			
教 科 書			
特に指定しない。必要に応じて適宜資料等を配布しながら授業を進める。			
参 考 書			
Robert F. Bruner, Applied Mergers & Acquisitions, John Wiley & Sons Inc., 2004.			
成 績 評 価 の 方 法			
出席 (30%) と数回のレポート (70%) で評価する。			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
ファイナンシャル・サービス・イノベーション		2単位	王 京 穂
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>金融サービスは大変広い概念である。当授業は、伝統的な決済業務から最新の電子マネー、リスク管理まで金融サービスを捉え、その進化の道のりを安全性、利便性、収益性、リスク管理機能、資源配賦機能という角度から考察し、今後の進化の方向性について議論する。また、今日の金融サービスは多くのコンピューターシステムとネットワークの上に成立している。当授業は、金融とITの接点にもフォーカスを当て、金融の情報システムの機能に関する概念的な理解も目的の1つである。授業を通じて、ビジネススクールと金融サービスとの接点、金融サービスとITとの接点を発見したい。</p> <p>学生の発表・討論するディスカッションの時間を十分に用意する。</p>			
授 業 内 容			
1	イントロダクション		
2	金融サービス	1) 金融仲介サービス。2) 金融の機能。3) 金融サービスの本質と金融サービスイノベーションの特徴。	
3	安全性の提供：決済と決済システム	1) 大口決済：資金決済と証券決済。2) 大口決済とリスク回避。3) 大口決済のインフラ。4) リテール決済とそのネットワーク。5) 金融EDI。6) CMS システム。7) 個人決済。	
4	ディスカッション	1) 決済におけるコアサービスとサブサービス。2) コアサービスとユーザー満足度。3) サブサービスとユーザー満足度。4) 大口と個人の違い。5) サービス・イノベーションの2つの方向性。6) 収益・リスク平面上にみるイノベーション投資。	
5	利便性の提供：クレジットカードと電子マネー	1) クレジットカードの歴史。2) システムとビジネスモデル。3) 審査と与信管理。4) 不正使用・偽造との戦い。5) IC カード。6) 電子マネー。7) 利便性を軸に進化する電子マネー。8) B2C のキーデバイスとしての進化。	
6	ディスカッション	1) カードと電子マネーのコアサービス。2) サブサービスと顧客満足度。3) サブサービスの進化に関する考察。	
7	リスク管理・収益性の提供	1) プライベートバンキング。2) 投資信託。3) 年金。4) ヘッジファンド。5) マス対象サービスと富裕層対象サービスの違い。	
8	ディスカッション	1) マス対象サービスと富裕層対象サービスの違い。2) 運用商品の特徴。3) リスクと収益を軸にした顧客満足度。4) 運用商品の設計。	
9	IT 技術と金融サービスの進化	1) 金融サービスの本質。2) IT 技術と金融サービスの進化。3) 銀行と証券会社のシステム。4) インターネット証券とインターネット銀行。5) XML・XBRL と金融サービス標準化と高度化。6) インターネット上の認証技術（電子認証と生体認証）。	
10	資源配賦機能の提供：自由化と金融サービスの進化	1) 金融と経済の自由化。2) リスク管理の潮流。3) 信用リスクと市場リスク。4) 金融派生商品の成長。5) リスク仲介機能の重要性。	

11	ディスカッション：サブプライムローンから	1)金融機関と経済の秩序。2)経済における資源配賦機能。3)資源配賦の意思決定の主体。4)市場の役割と金融サービスの本質。5)新しい秩序と新しい金融サービス。
12	金融サービスと法について	
13	まとめ	1) 課題発表。2) 最終レポート課題発表。
履修上の注意・準備学習の内容		
特になし。		
教 科 書		
特に教科書を指定しない。講義用資料を配布する。		
参 考 書		
金融情報システム白書（平成18年）－（財）金融情報システムセンター 近藤隆雄「サービスマネジメント入門」生産性出版		
成 績 評 価 の 方 法		
出席を前提に、期末レポートにより評価する。 評価ウェイトは、出席40%、レポート60%。		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
金融商品取引法入門		2 単位	三 神 明
開講区分	後期	配当年次	1・2 年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>金融商品取引法（以下、金商法）は、「証券取引法等の一部を改正する法律」として 2007 年 8 月に施行した。特に、金商法の主な目的の一つである開示制度の強化の一環として導入された「財務報告に係わる内部統制報告制度」は、上場会社の企業経営に大きな影響を及ぼしている。また、金商法と相前後して成立・施行した会社法は、金商法とは全く別個に制定された法律であり、所管官庁が法務省・金融庁と異なるばかりか、会社法の内部統制は法律の専門家、金商法の内部統制は会計の専門家と、異なる分野の専門家により解説されることが多いため、内部統制についてあらぬ誤解を生んだり、全体像の理解が中々進んでいないのが現状である。本講座では、金商法の概要、成立の歴史的経緯について解説するとともに、会社法、コーポレート・ガバナンス、会計監査、内部監査、リスクマネジメント、など金商法の内部統制を取り巻く様々な要素を、会社実務に照らしながら内部監査の目を通して解説することにより、施行後 4 年目を迎える金商法の内部統制報告制度に対する評価および企業経営にとっての内部統制・内部監査の重要性を明らかにしていきたい。尚、本授業は、金商法を通じて制度と実務を対比しながら経営のツールとしての内部統制・内部管理 (Internal Control) のあり方を解説するものであり、業種・組織の大小を問わず、組織管理・運営に携る人または今後組織管理者を目指す人には必要な基礎知識となる。</p>			
授 業 内 容			
1	金商法の概要	「証券取引法等の一部を改正する法律」として施行した金商法について、旧法からの変更点および追加された内容等について解説する。また、金商法に伴う職業的倫理についても議論する。	
2	金商法成立の歴史的背景	プラザ合意以降の金融危機、企業不祥事例およびそれに対する制度対応の流れを解説することにより、金商法成立・施行の歴史的背景および意義を明らかにする。	
3	金商法の内部統制（会社法の内部統制との比較）	金商法の内、一般の事業会社（上場企業）に最も大きな影響を及ぼしたのが、「財務報告に係わる内部統制報告制度」である。金商法と相前後して成立・施行した会社法と比較することにより、金商法の内部統制の本質を明らかにする。	
4	金商法の内部統制（諸外国の内部統制の仕組みとの比較）	金商法の一部である「財務報告に係る内部統制の評価及び監査に関する基準」（企業会計審議会、通称「実施基準」）には、内部統制の具体的な枠組みが示されており、これが「内部統制の基本的枠組み」と呼ばれるものである。COSO フレームワーク以降、先進各国で公表された内部統制の枠組みとの比較により、金商法の内部統制の内容を解説する。	
5	「内部統制報告制度に関する 11 の誤解」について	内部統制報告制度については、様々な問題点が指摘されているが、同制度適用直前の 2008 年 3 月に金融庁が公表した「内部統制報告制度に関する 11 の誤解」を切り口に同制度の問題点を解説する。	
6	金商法の内部統制監査（内部監査との比較）	内部統制報告制度において要請されている内部統制監査の内容について、内部監査との比較により明らかにする。	

7	会計監査と内部統制	金商法の施行により、会計監査人は財務諸表監査に加えて内部統制監査の責任を負うことになったわけだが、会計監査の内部統制における役割を内部監査との比較により明らかにする。
8	監査役監査と内部統制	会社法の施行により、監査役による内部統制システムの監査が明文化されたが、監査役監査と内部統制の関係について解説する。
9	金商法・会社法の内部統制とリスクマネジメント	内部統制とリスクマネジメントの関係および制度上の位置づけについてERMの概念を基に解説する。
10	監査における保証とコンサルティング	内部統制とはPDCAの管理サイクルを回すことにより、より良い管理体制を整備・運用するための作業であるが、内部統制における監査の果たす役割についてアシュアランスとコンサルティングの観点から解説する。
11	コーポレート・ガバナンスと内部統制	コーポレート・ガバナンスと内部統制は表裏一体の関係にあるが、本邦においては両者が別個に議論されている場合が多い。両者の関係およびあるべき姿について解説する。
12	内部統制・内部監査の本質	内部統制 (Internal Control) も内部監査 (Internal Audit) も米国から取り入れた概念であるが、本邦においては、用語だけが先行し明確な定義づけがなされていない。Controlは管理とも訳されるが、管理とは何か、より良い管理とはどのようなものかを解説する。
13	企業経営における内部統制・内部監査の重要性	3年目を迎えた内部統制報告制度に対する評価を踏まえて、経営の有効なツールとしての内部統制・内部監査とは何かを考える。

履修上の注意点（準備学習の内容）

会計の基礎知識は要件としないが、EDINET(金融商品取引法に基づく有価証券報告書等の開示書類に関する電子開示システム)を通じて閲覧できる上場企業の有価証券報告書、内部統制報告書、確認書等の内容を把握しておくこと。また、企業に所属している場合は、当該企業の内部統制全般の現状について理解しておくことが望ましい。

教科書

①金融商品取引法(金融庁,2007年6月27日改正),②金融商品取引法制の政令・内閣府令等の概要(金融庁,2007年7月31日)(何れも金融庁ホームページから入手可能だが、必要箇所は資料配布する)

参考書

① COSO 全社的リスクマネジメント フレームワーク編(八田進二監訳 東洋経済新報社),
 ②財務報告に係る内部統制の評価及び監査の基準並びに財務報告に係る内部統制の評価及び監査に関する実施基準の設定について(意見書)(2007年2月,企業会計審議会),
 ③財務報告に係る内部統制の監査に関する実務上の取扱い(2007年10月,日本公認会計士協会)

成績評価の方法

授業出席点(30%),最終レポート(50%),平常点(議論参加・宿題提出等)(20%)

その他

科目名		単位	担当教員名
金融論		2単位	小田切 尚 登
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>金融は専門家のためだけの特殊な世界ではない。経済活動には金銭の移動が必ず伴うが、それは広い意味ですべて金融である。カネの流れを理解せずにビジネスを理解することはできない。金融環境の変化（例えば株価や為替レートの変動）により損失を計上した場合、経営者は往々にして「自分は悪くなく、運が悪かっただけ」と考えがちだ。しかしこれからは金融問題も「自分の問題」としてとらえることが必要になってくるだろう。</p> <p>本講座は金融商品や金融機関の理論と仕組みを解明していくことで、金融の大きな流れを把握することを目的とする。外資系金融機関で株式アナリストや投資銀行部など様々な経験を積んできた講師が、金融の現場での経験を交えながら具体的に解説していく。実践的な演習も適宜行っていく予定。その時その時に起きる金融関係の時事的問題もできるだけ取り上げていきたい。扱う内容は幅広いが、そこに通底する問題を意識したい。</p> <p>金融機関や企業の財務部に勤務している・目指している人には業務に直接的につながる内容となるが、それに限らず金融の力を強化したいと考えている諸氏全てにとって得るものがある講座となるだろう。ベーシックなところから説明していくので、今まで金融と無縁の世界にいた学生も心配せずに受講してほしい。</p>			
授 業 内 容			
1	金融市場・金融機関の概略	金融の基礎的知識を俯瞰する。金融に関する職業倫理について学ぶ。	
2	銀行とは何か	銀行とはなにか、その特殊性を理解し、銀行独自のビジネスモデルについて学習する。	
3	銀行以外の金融機関について	証券会社、保険会社、資産運用会社、プライベートバンク・・・を俯瞰する。	
4	ローン市場	融資審査の仕組みと実務を学習する。	
5	債券市場	債券市場の仕組みと実務を学習する。債券の価格形成、格付けなどについて理解。	
6	株式市場	株式市場の仕組みと実務を学習する。株式アナリストの役割など。	
7	外国為替市場	外国為替市場の仕組みと実務を学習する。ドル対ユーロ対円の関係を理解。	
8	デリバティブ市場	デリバティブ市場の仕組みと実務を学習する。オプションと先物の原理を知る。	
9	投資銀行業務	M & A の仕組みと実務を学習する。	
10	日本の金融	日本の金融市場・金融機関の独自性を学習する。	
11	世界の金融	欧米の金融市場・金融機関の特色を学習する。	
12	金融危機Ⅰ サブプライム問題	米国でのサブプライム問題がきっかけとなり、世界金融危機が引き起こされた。そのプロセスを振り返る。	
13	金融危機Ⅱ より良い金融システムをめざして	今後の金融システムはどうなっていくのだろうか。	

履修上の注意・準備学習の内容		
金融についての予備知識・実務経験は要件としない。授業と並行して新聞，雑誌，ネット等で金融についての意識を高めていくことが期待される。		
教	科	書
なし		
参	考	書
特になし。新聞やネット等で金融関係の記事に目を通しておくが良い。 講師が経済誌等に寄稿した金融関係の記事を適宜配布する予定。		
成績評価の方法		
授業出席点 30% 最終レポート成績点 40% 授業中での議論への参加，宿題・課題 30%とする		
そ	の	他
なし		

科目名		単位	担当教員名
ファイナンスのための VBA 入門		2 単位	木 村 哲
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>エクセル VBA は、データ解析、多変量解析、モデル構築、ビジネスソフト開発等において、大変基礎的かつ重要なエクセルのマクロプログラミング言語である。VBA は、MBA 取得者として保有すべき基本能力の一つということができる。実務で広範囲に利用されているが、特にファイナンス理論の実務的応用理論を勉強しようとする、VBA の活用なしに勉強することはかなり難しい。また、ファイナンス理論の学習にとどまらず、マーケティングや財務分析にしても、データ解析を伴うものは、VBA を活用できると大きな力を発揮する。授業の内容は、全くプログラミング経験のない学生を前提にして、基本から学習する。メディア教室で全て演習型の授業になる。半年のコースで、必ずある程度プログラミングが自分で書けるようになると予想している。応用の実例は、ファイナンス関係が多いが、得た知識はどんな分野にでも応用できる。</p>			
授 業 内 容			
1	プログラミング基礎	プログラミングとは何か、基本ルールと操作方法	
2	VBA とマクロ	エクセルマクロの操作方法、マクロの自動作成機能の学習	
3	基礎統計量計算	大量のデータから、合計、平均、分散、標準偏差等の基本統計量を計算するプログラミングを学習する。マクロボタンの作成方法の学習。	
4	ユーザー定義関数	エクセルの関数を自分で作成する方法を学習する。順列組合せ関数を自分で作成する。	
5	オプション理論関数作成	ブラックショールズ計算式によるコールオプション価格、プットオプション価格、デルタ、ガンマの関数を自分で作成する。	
6	配列の学習	多量な企業の財務データのようなエクセルシートのデータを、配列という形でデータ入力する方法を学習する。	
7	自動ループ計算	繰り返し計算をさせるループ機能を学習する。プログラムの配列に蓄積されている財務分析データ等をエクセルシートにアウトプットしていく方法を学習する。	
8	ユーザーフォーム	データをプログラムに入力するのに、メッセージボックス、インプットボックスから入力させる方法をユーザーフォームの作成により学習する。財務データを、マウスから選択して入力する方法を学習する。	
9	シートの連続処理	AMUSAS にあるスタック型時系列財務データを、ループ処理により年別にエクセルシート展開するマクロを学習する。	
10	モンテカルロ・シミュレーション	正規分布乱数の発生方法の学習。コレスキー分解による相関付き乱数発生方法と各種モンテカルロシミュレーションの方法を学習する。	
11	ソルバーマクロ	ソルバーをマクロに組み込む方法と、その応用事例を学習する。アセットアロケーションの有効フロンティアの作成マクロを学習する。	
12	バイノミアルオプションプライシング	すでに作成されているバイノミアル方式によるオプション価格計算のプログラミングテクニックを学習する。	

13	統計解析マクロ -1	すでに作成されている回帰分析計算マクロ等の高度なプログラムの利用方法を学習する。
14	統計解析マクロ -2	すでに作成されている主成分計算マクロ, 等の高度なプログラムの利用方法を学習する。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
授業は, メディア教室で行う。		
教 科 書		
田中「VBA エキスパート公式テキスト Excel VBA ベーシック」 田中「VBA エキスパート公式テキスト Excel VBA スタンダード」 縄田和満「Excel VBA による統計データ解析入門」朝倉書店		
参 考 書		
湯前祥二「モンテカルロ法の金融工学への応用」朝倉書店		
成 績 評 価 の 方 法		
出席 50%, レポート 50%		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
ビジネス・データ解析		2単位	乾 孝 治
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>あらゆる業種で IT 活用が高度化されることで膨大なデータ蓄積が進展している。また、コンピュータのハードおよびソフトの急速な進歩と低価格化を背景に、従来は専門家に任せていたデータ解析の大半は、実務担当者が直接的に遂行可能となった。また、ビジネスの萌芽的研究についても、アカデミックな論理を応用するという方向性とは逆に、現場におけるデータの実証分析から演繹的に理論が示される、という逆の発展プロセスが目立っている。</p> <p>本科目では、経営やマーケティング、ファイナンスをはじめとする社会科学全般において重要性を増しつつあるデータ解析の方法について、基本的なモデルに関する理論および応用方法を理解することを目的と位置づける。また、実務遂行に必要な Excel の活用方法を習得することも重要であると考え、講義では実データを用いた演習も行う予定である。</p>			
授 業 内 容			
1	データの整理 (1)	度数分布、データの代表値など。	
2	データの整理 (2)	2次元データについて、データの散布図、相関係数、最小二乗法など。	
3	Excel の利用方法 (1)	重要な関数、ピボットテーブルを使ったクロス集計の方法を解説する。	
4	Excel の利用方法 (2)	最尤推定法を例にソルバーの使い方や簡単なマクロによるプログラミング方法を学ぶ。	
5	仮説検定の方法	無作為標本の統計量、平均と分散の検定について学ぶ。	
6	重回帰分析 (1)	Excel による重回帰分析と、モデルの検定方法について学ぶ。	
7	重回帰分析 (2)	重回帰分析により、質的データをダミー変数で表現する方法を学ぶ。	
8	重回帰分析 (3)	数量化 I 類の演習を行う。	
9	ロジットモデル分析	非説明変数が 2 値データの場合についてロジットモデルを適用する方法を示す。	
10	主成分分析	事例を見ながら主成分分析を理解する。	
11	因子分析	事例を通して因子分析の方法を理解する。	
12	時系列データ分析	事例を通して時系列データの分析方法を理解する。	
13	統計解析ソフト	代表的な統計解析ソフトについて解説し、Excel で実装が難しい分析事例を紹介する。	
履修上の注意・準備学習の内容			
履修の前提条件とはしないが、統計や多変量解析の基本的な知識が不足すると思われる場合には、基礎科目「基礎統計学」、「計量経済学」などの履修を進める。			
教 科 書			
参 考 書			
「マーケティングデータ解析」木島正明ほか、朝倉書店			

成 績 評 価 の 方 法
(1) 期末レポート：50% (2) 出席と授業への参加度：50%
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
年金と保険の ALM		2 単位	乾 孝 治
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>年金や保険は将来の何十年という超長期のキャッシュフローを扱っているため、将来の金融市場の不確実性の影響を大きく受ける構造となっている。また、年金の掛金は給与の一定割合として決められ、給付は給与比例とされるケースが多いことから、景気変動やインフレのリスクも無視できない。さらに、変額年金保険などに代表される株式オプションを内在した商品の登場や、金利スワップ等を活用した LDI (Liability Driven Investment) と呼ばれるリスク管理方法が提案されるなど、リスクマネジメントに求められる技術や知識のレベルも甚だしく高度化している。</p> <p>本科目では、企業年金のリスク管理方法を前半で扱う。ここでは、年金リスク管理が高度化した背景として重要な企業会計と年金財政（積立金会計）の変遷について概要を確認し、従来の ALM と近年の LDI の具体的方法や問題について考察していく。後半では、保険のプライシング理論を示し、そのリスク管理について確認する。具体例として変額年金を取り上げる予定である。</p> <p>長期間政策的に維持されてきた低金利や近年多発する巨大リスクの顕在化等によって、徐々に年金積立金不足の問題が拡大し、国際会計基準へ平仄を合わせた企業会計ルール変更が実施されると、企業経営にとっては悪影響も懸念される。年金や保険のリスクマネジメントの本質を理解し、有効な問題解決方法を探求する能力を養うことは実務家にとって重要であろう。</p>			
授 業 内 容			
1	企業年金制度の概要	企業年金財務の基本について解説する	
2	企業会計における年金の扱い	企業会計における年金の評価、不足金の取り扱い、時価会計への流れについて確認する。	
3	サープラスフレームワーク (1)	80 年代に米国で起こった年金 ALM の基本的なモデルであるサープラスフレームワークについて解説する	
4	サープラスフレームワーク (2)	実際のデータを使用して、サープラスフレームワークによる政策アセットミックスの構築方法について学ぶ。	
5	サープラスフレームワーク (3)	サープラスフレームワークで求めた政策アセットミックスをモンテカルロシミュレーションで評価する方法を学ぶ。	
6	LDI(1)	LDI で最も重要な金利リスクの評価方法について、金利期間構造モデルに焦点を当てながら議論する。	
7	LDI(2)	LDI の根幹となる金利の期間構造モデルについて再考する。	
8	LDI(3)	金利スワップによる最適ヘッジ戦略を検討する。	
9	リスクバジェットティング	リスクバジェットティングの概要を確認し、パッシブリスク、アクティブリスクの統合的管理方法について学ぶ。	
10	保険のプライシング	保険のプライシング原理を説明する。	
11	生命保険の ALM(1)	欧米における保険会社のリスク管理状況を確認し、保険会社の ALM について概要を説明する。	
12	生命保険の ALM(2)	具体例として変額年金のリスク計測方法や株式市場リスクのヘッジ方法について解説する。	
13	総括	これまでの講義を補足し、発展的議論を通じて総括とする。	

履修上の注意・準備学習の内容		
履修の前提条件とはしないが、ファイナンスの基本的な知識が不足すると思われる場合には、基礎科目「ファイナンスのための数理基礎」、「金融工学入門」などの履修を進める。		
教	科	書
参	考	書
「年金 ALM とリスク・バジェットティング」, 田中周二ほか, 朝倉書店		
成績評価の方法		
(1) 期末レポート：50%		
(2) 出席と授業への参加度：50%		
そ	の	他

科目名		単位	担当教員名
資産運用の R & D		2 単位	乾 孝 治
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>本科目では、資産運用ビジネスで提供されているサービスの中で、付加価値の重要な源泉の一つである運用技術の具体的方法に焦点を当て、特に計量的な手法で付加価値を生み出そうとする（いわゆるクオンツ）運用プロセスを構築し実務に活用するための理論的方法と実際的問題解決について講義する。</p> <p>すでに大手証券会社やデータベンダー、さらに独立系などから資産運用のための投資モデルやシステム提供のサービスが行われており、その内の代表的なものについては業界の標準的なシステムとして位置づけられているものもある。本科目では、こうした標準的なシステムの利用メリットを認めるものの、オリジナリティを發揮するための独自システム開発についても意義を認め、そのための方法論も中心的話題とする。また、実在の投資顧問会社や機関投資家におけるモデル開発実務を詳細に見ることで、資産運用ビジネスにおける問題解決のセンスを養う。</p>			
授 業 内 容			
1	資産運用ビジネスの概要	資産運用ビジネスに関わる組織と目的、運用のスタイル（アクティブ vs パッシブ、クオンツ vs ジャッジメント、トップダウン vs ボトムアップ等）、投資の哲学などについて概観し、本講義の位置づけを理解する。	
2	資産運用プロセスと要素技術	主に計量的アプローチによる資産運用を対象に、必要な知識、技術、システム、データについて整理する。	
3	システムとデータベース開発 (1)	分析用データベースについて講義する。RDB（リレーショナルDB）、SQL 言語などについても言及する。	
4	システムとデータベース開発 (2)	モデル開発に必要な分析ツール（プログラム）について解説する。	
5	システムとデータベース開発 (3)	モデルのパフォーマンスを評価するためのバックテストについて解説する。	
6	バックテスト	取引コストやマーケットインパクト等、バックテストで注意すべき問題について考える。	
7	インデックスファンド	ポートフォリオ構築の基本となるインデックスファンドの構築方法について解説する。	
8	インデックス+ α	インデックスファンドからの乖離リスクを取って超過収益を狙う運用方法について解説する。	
9	制度とモデル	市場システムや規制の変遷が投資手法やモデルに与える影響を考察し、今後を考える。	
10	投資アイデア	投資アイデアの源泉を考え、具体的な投資モデルへと発展させる方法論について議論する。	
11	開発の具体例 (1)	実際の投資会社におけるモデル開発実務について報告する。	
12	開発の具体例 (2)	実際の投資会社におけるモデル開発実務について報告する。	
13	総括	これまでの講義を補足し、発展的議論を通じて総括とする。	

履修上の注意・準備学習の内容		
特に前提知識等を求めることはないが、コンピュータシステムやプログラミングの専門用語、確率・統計の数学的表現を十分な補足をせずに用いることがある。		
教	科	書
参	考	書
「ファンドマネジメントのすべて」三好秀和，東京書店		
成績評価の方法		
(1) 期末レポート：50%		
(2) 出席と授業への参加度：50%		
そ	の	他

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディ（ファイナンス）		2単位	木村 哲
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ファイナンス・ケーススタディの授業では、ストックオプション、転換社債、デットエクイティスワップ、種類株、優先株に絡んだ実務的先端のファイナンス問題を中心に解説・講義する。ストックオプションについては、ストックオプション評価ガイドラインを参考に、オプション理論の基礎とプログラムまで学習する。また、M & A, LBO, マイクロファイナンス, 無形資産, 研究開発, 知的財産, 等の企業価値に関する時事的な大きな話題があれば、臨機応変に取り上げて解説を行う。必要に応じて外部から、関連分野の見識を有するゲスト講師を招聘する。</p>			
授 業 内 容			
1	ストック・オプション等に関する会計基準	評価業務の倫理規定を解説する。ストック・オプションの会計基準とその内容を学習する。	
2	ストック・オプション等に関する会計基準の適用指針	ストック・オプション等に関する会計基準の適用指針の内容と考え方を学習する。税制適格制度を学習する。	
3	ストック・オプションと株式コールオプション理論	新株予約権の株式コールオプションに関する理論を学習する。	
4	ブラックショールズ理論	高度な数理ファイナンス理論は省略して、結果としての意味とブラックショールズ式の構造の意味を理解する。	
5	バイノミアルモデルによるストックオプション価格	VBAの基本と、バイノミアルモデルの理論とプログラミングテクニックを学習する。	
6	株価条件がある場合のストックオプション理論	株価条件がある場合のストックオプション価格は、パスディペンデントなバイノミアルモデルで作成する必要がある。その理論とプログラミングを学習する。	
7	プログラミング例の演習	バイノミアルモデルのプログラミングの演習を行う。	
8	事業再生 DIP ファイナンス	法律問題ではあるが、DIP ファイナンスの法的構成と、日米の違いについて学習する。	
9	第三者割当増資の問題	会社法がまだ十分検討されていない部分として、既往株主の価値を毀損する第三者割当増資の問題がある。その内容を解説する。	
10	優先株理論の転換社債オプション理論解説	優先株の価値が、どのように計算されるのか、実務的なポイントを中心に、高度なオプション理論の考え方を解説する。	
11	デット・ツー・デット・ファイナンス（DDS）の学習	企業再生に利用される DDS の契約内容と経済効果について解説する。	
12	デット・エクイティ・スワップ（DES）の法制度と理論	私的整理ガイドライン制定、民事再生法による減資手続き、DESにより取得した種類株式の会計処理等の法制度の解説と、金融取引としての考え方の理論を解説する。	
13	新株予約権と転換社債価格の希薄化効果	ストックオプションや転換社債を発行すると株式価値が希薄化する。その理論を学習する。	
14	新株予約権と転換社債価格の希薄化効果考慮後価格	ストックオプションや転換社債の希薄化を考慮した価格理論を学習する。	

履修上の注意・準備学習の内容		
テキストと配布資料が中心となる。VBAの学習意欲があることが望ましい。		
教科書		
ストック・オプションの会計基準 ストック・オプション等に関する会計基準の適用指針 杉山, 渡部「ストック・オプションの評価実務」		
参考書		
藤原総一郎「DIP型民事再生手続の実務とM&A戦略」 水島正「企業再生ファンドの実務」 藤原総一郎「DES・DDSの実務」 ジョンハル「フィナンシャルエンジニアリング」 トーマツ「ケース別ストック・オプションの設計・会計・税務」		
成績評価の方法		
(1) 授業出席 (30%) (2) 最終レポート (40%) (3) 授業での議論参加 (10%) (4) 宿題 (20%)		
その他		

科目名		単位	担当教員名
リアル・オプション論		2単位	刈屋武昭
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>リアルオプションとは、もともとは企業経営を有効かつ効率的にしていくために、経営者に与えられている意思決定上の選択肢である。その意味を拡張して、不確実性のもとでその選択肢を有効に活用して、経営上の意思決定問題を効率的に取り扱う知識・技術・思考法に関わる領域をリアルオプションという。特に、戦略的リスクに関わる意思決定問題に関して、最適な意思決定を導出する枠組みを持っている。不動産開発、石油開発、薬の開発ITのインフラ構築、事業提携、生産能力確保など、意思決定問題に関して、合理的な思考・分析枠組みを提供する。リアルオプションの領域を技術的にみたときに、3つのアプローチがある。</p> <p>(1) 金融オプションとのアナロジーで、金融オプションの枠組みの中に問題を埋め込むアプローチ。</p> <p>(2) 経済学が扱ってきた不確実性のもとでの最適意思決定問題の枠組みを利用して、意思決定オプションをその構造の中に導入するアプローチ。</p> <p>(3) デンジョンフリーの拡張ともいべき枠組みの中で、モンテカルロ的に最適な解を確率分布（リスクとリターンの関係）から導出するアプローチ。</p> <p>本講義では(3)を中心として、将来利益キャッシュフローの現在価値の確率分布に関して最適な意思決定を求めていく議論をする。</p>			
授業内容			
1	リアルオプションの領域の展望	最初にリアルオプションの領域を理解する。不確実性と意思決定、経営の柔軟性の確保のあり方。	
2	リアルオプション的意決定の構造	トリジョージスの議論をふまえて、リアルオプションの思考法・概念的枠組みを整理する。	
3	金融オプション的アプローチ	パテントの価値評価のような単一オプションの場合で、金融オプションの枠組みが適している場合を解説。Plx社の例、ブラックショールズ式。	
4	シナリオ分析法	将来の不確実性に対して、先験的な情報・知識・判断を組み込む方法として、シナリオ分析法を解説する。	
5	問題定式化とモンテカルロ法	解法の一つとして、モデル分析によるモンテカルロ法を解説し、具体例をみる。	
6	石油開発	モンテカルロ法による石油開発投資の価値とリスクの評価法を2回にわたって解説する。	
7	不動産開	不動産に関わるリアルオプションを議論する	
8	ベンチャー企業の評価と投資	ベンチャー企業の価値評価法と投資法について解説する。	
9	医薬品開発	医薬品の研究開発投資に関するリアルオプション分析法を議論	
10	競争の不確実性とリアルオプション	競争に関する不確実性の分析法とリアルオプション分析の関係を考慮	
11	最適投資の意思決定 (I)	期待効用最大化の分析枠組みの中で、リアルオプション問題を扱う。	
12	最適投資の意思決定 (II)	(I) の続き。Dixit = Pindyck の枠組みである。	
13	リアルオプションの将来展望	リアルオプションの将来展望を最近の論文に基づいてする。	

履修上の注意・準備学習の内容		
事業リスクマネジメント論をとっていることが望ましい。少なくとも確率と統計学の基礎を前提にする。		
教科書		
参考書の(1)(2)(3)などから適宜テーマを選択して講義する。教科書は特に指定しない。		
参考書		
(1) 刈屋監修・山本著『リアルオプション』（東洋経済新報社） (2) トリジョージス『リアルオプション』（エコノミスト社，川口等訳） (3) アムナム・クランティラカ『リアルオプション』（東洋経済新報社，吉田等訳） (4) 経済省研究会報告書		
成績評価の方法		
(1) 最終レポート（50%） (2) 授業出席（30%） (3) 宿題（20%）		
その他		

科目名		単位	担当教員名
エンタープライズ・リスクマネジメント		2単位	刈屋武昭
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>この授業では、企業全体にわたるリスクマネジメントとしてのエンタープライズリスクマネジメント(ERM)の米国や英国の事例を講義する。</p> <p>この内容は、事業リスクマネジメントとリアルオプション論と関係するが、リスク概念を中心に置いた戦略的経営論・価値創造論・組織論・内部監査論とも理解できる。</p> <p>講義の内容は、</p> <p>[1] バートン・シュンカー・ウォーカー (2003) 『収益を作る戦略的リスクマネジメント—米国優良企業の事例』(刈屋・佐藤・藤田/東洋経済新報社)</p> <p>[2] P.L. Walker, W. G. Shenkir, T. L. Borton (2003) Enterprise Risk Management Enterprise Risk Management: Pulling it ALL Together. Institute of Internal Research Foundation</p> <p>[3] Office of Government Commerce (2002) Management of Risk Management of Risk: Guidance for Practitioners.</p> <p>[4] COSO のドラフト</p> <p>などを議論の材料として利用する。実際に企業全体に ERM 導入する場合の組織的な対応や文化の形成問題も含まれる。</p>			
授 業 内 容			
1	ERM と不確実性	経営とは、将来の不確実性から利益キャッシュフローを作ることである。リスクの識別法を理解する。	
2	ERM と企業価値創造論 (I)	価値創造とリスク経営を統合する COSO のドラフトの枠組みを理解する。	
3	COSO の ERM	COSO の ERM 枠組と分析法	
4	内部統制問題	経済産業省、金融庁の報告書から	
5	優良企業からの学習	(1)(2) の全体的要約	
6	松下電器産業	企業文化を基礎にした ERM	
7	住友商事・帝人・デュポン	ERM の組織形態と EaR に焦点をあてる	
8	マイクロソフト・JP モルガン・チェース	ファーストエナジー SVA と VaR の利用の仕方を議論する ファーストエナジーの ERM のケースを見る EaR を利用	
9	ウォールマート, IBM	これらの会社の ERM のケーススタディを見る	
10	GM, カナダポスト	これらの会社の ERM のケーススタディを見る	
11	企業ガバナンス	企業組織とガバナンス	
12	企業文化	ERM の要素と文化の関係を議論	
13	全体的な要約	議論した事例について全体的な要約をし、将来展望をする	
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>事業リスクマネジメント論を取っていることが望ましいが、必須ではない。若干の数式展開を伴うが、本講義で重要なのは、価値創造に関わるプロセス概念である。</p>			

教 科 書
(1)(2) の基本的な大事として利用するが，要約資料を配布する。
参 考 書
[1] ～ [4] が基本。Lam (2002) Enterprise Risk Management Enterprise Risk Management Academic press なども考え方として参考になる。 竹内仁宏 (2003) 『トータル・リスクマネジメント』(ダイヤモンド社)
成 績 評 価 の 方 法
事例最終レポート提出。成績評価は，授業出席 30%，授業での議論参加 20%，最終レポート 50%の配分。
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
無形資産経営論		2単位	刈屋武昭
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>価値創造経営において、無形資産・知的資産の重要性が極めて大きくなっている。人的資産，組織構造資産，関係資産など無形資産について多様な分類と，その分類視点に関係した理解の仕方がある。その重要性は認識されていてもいまだ研究過程にあるが，本講義では受講者が全体的な知識を得ることを目的とする。講義の前半では，EU文書</p> <p>Study on the Measurement of Intangible Assets and Associated Reporting Practices 2003 によってサーベイする。</p>			
授 業 内 容			
1	無形資産とは	講義の全体的な要約	
2	無形資産のサーベイ	EU文書 通商白書（2004）から	
3	企業文化は無形資産か	企業文化，ミッション，ステートメント，経営，組織	
4	財務報告と無形資産	会計とIAの関係	
5	IAの評価と報告	リスクスコアカード，評価モデル	
6	IAについての政策情報開示問題		
7	ブランドと関係資産	関係資産としてブランド，CSR	
8	ブランド価値評価モデル（I）	ヤング&ルビカム，ブランド エコノミック社のモデル	
9	ブランド価値評価モデル（II）	電通，博報堂のモデル	
10	知財評価	知的財産の評価	
11	企業組織経営	プロセス資産と組織資産	
12	ガバナンスと内部統制	ERMプロセス	
13	全体統括	講義全体について議論する	
履修上の注意・準備学習の内容			
教 科 書			
参 考 書			
『ブランド評価と価値創造』刈屋武昭 編著（2005）（日本経済新聞社）			
『通商白書』経済産業省（2004）			
成 績 評 価 の 方 法			
(1) レポート（60%）			
(2) 出席（20%）			
(3) 宿題（20%）			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
知的資本戦略論		2単位	関 大 地
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>一般的に、知的資本（Intellectual Capital）は在庫や機械設備といった有形資産以外の資産を指すが、その厳密な定義については一般的な合意は得られていない。いずれにしても、技術、ノウハウ、ブランド、特許といった、企業に蓄積されている無形資産（あるいは知的財産）であると理解すればイメージできよう。</p> <p>近年、マスコミや書籍などでこれら知的資本（無形資産、知的財産）に関する議論を目にすることが多くなってきた。これは企業経営の中でこれら知的資本の占める重要性が高まってきていることと無関係ではない。アメリカのシンクタンクによる調査結果によれば、企業価値の約70%はこれら知的資本により構成されるといわれている。すなわち、企業価値創造の源泉である知的資本の有効な活用こそが今後の企業価値の最大化に資すると言っても過言ではない。</p> <p>以上のことを背景として、本講義では以下の3つの視点を大きな柱として講義を行う。</p> <p>(1) まず、知的資本とは何かについて基本的な理解を深めるとともに、知的資本がどのようにして価値創造をなし、企業価値の向上につながっていくのかについての基本的なプロセスを具体的な事例を通じて説明する。</p> <p>(2) 一方、近年増加傾向にあるM & Aにおいてもシナジー効果の源泉としての知的資本の重要性が高まっている。そこで、M & Aプロセスにおける知的資本の認識手法についても実務的な観点から考察を加える。同時に、M & Aと知的資本の關係に絡む近年の会計の動向についても説明する。</p> <p>(3) (1)、(2)を踏まえて知的資本の経済的価値の評価手法についてその概要、メリット、デメリットについての説明を行う。その上で、これら知的資本の経済的価値の評価について具体的な事例を用いて説明していく。これら評価事例は可能な限り多くの時間を割きたい。</p> <p>なお、本講義では、知的資本に関する基礎的な知識がなくても理解できるように行っていくが、知的資本に關係する領域はファイナンス、会計等学際的な領域である。従って、少なくともファイナンスや会計に關係する基礎的な知識を習得していることが望ましい。</p>			
授 業 内 容			
1	知的資本論のフレームワーク	知的資本戦略の講義の狙い、知的資本と企業価値・リスクの枠組の關係を、グローバルな視点と日本の現状から理解する。	
2	知的資本の価値創造プロセス	事例を通じて、企業価値創造プロセスのなかで知的資本の担う役割を理解する。	
3	知的資本に係わる会計の基礎	知的資本に係わる会計について基礎的な概念、考え方を整理、理解する。	
4	M & A と知的資本 (1)	知的資本に注目したM & Aの場面における知的資本について、調査手法を事例を通じて学ぶ。	
5	M & A と知的資本 (2)	前回で講義した内容を踏まえ、特に米国会計基準の視点からM & Aにおける知的資本の取扱について学ぶ。	
6	知的資本の評価 (1)	知的資本の経済的価値の評価手法についてそのロジック、メリット、デメリットを理解する。	
7	知的資本の評価 (2)	知的資本のうち、ブランド価値評価手法の中で代表的な手法を紹介する。経済産業省モデル、伊藤/日経モデル、インターブランドモデルを中心に議論する。	

8	知的資本の評価	ケーススタディ (1) 知的資本の経済的価値の評価について、事例を用いて理解する。
9	知的資本の評価	ケーススタディ (2) 知的資本の経済的価値の評価について、事例を用いて理解する。
10	知的資本の評価	ケーススタディ (3) 知的資本の経済的価値の評価について、事例を用いて理解する。
11	知的資本の評価	ケーススタディ (4) 知的資本の経済的価値の評価について、事例を用いて理解する。
12	知的資本の評価	ケーススタディ (5) 知的資本の経済的価値の評価について、事例を用いて理解する。
13	紛争処理と知的資本	特許侵害訴訟を中心に判例を通じて、知財紛争特有の評価手法を学ぶ。
履修上の注意・準備学習の内容		
知的資本の評価のケーススタディでは、リアルオプションアプローチ (ROA) やファイナンスに係る基礎的な知識が必要になる。従って、特にこれらの分野についての受講または独習を事前に行っていることが望ましい。		
教 科 書		
特に指定は行わない。 必要な資料は事前に配布する。		
参 考 書		
(1) エクレス, ハーツ, キーガン, フィリップス 『THE VALUE REPORTING REVOLUTION—企業情報の開示』 (中央青山監 査法人・PwC コンサルティング訳, 東洋経済新報社)		
(2) 山本大輔・森智世 『入門 知的資産の価値評価』 (東洋経済新報社)		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 出席 (30%) (2) 授業への議論の参加 (30%) (3) レポート・宿題 (40%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
人的資産価値経営		2単位	渡部昭彦
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>生産の三要素と言われる労働，資本，土地だが，資本に関する研究が学術的にも実務的にも高度な水準に達していることと比較して，労働に関する考察は，失業率や労働分配率などマクロ的な文脈の中で語られるケースが中心であり，付加価値を創造する主体である人材としての観点からの分析は充分とは言えない。</p> <p>本講では，企業のみならず国家にとっても最も重要な要素である人材を「人的資産」として捉え直し，マクロ・ミクロ双方の視点から，現状の分析とそれを踏まえたあるべき姿について検討したい。検討の軸は次の三点。①経済のグローバル化が進展する中で人材の価値（期待値）はどうか②人材（の創造する価値）は市場経済の中でどのようなシステムにより評価され遇されているか③個々の人材が労働市場においてどのようなメカニズムを通じて人的資産として適切に配分され産業構造の高度化に寄与しているか。</p> <p>講義は講師による授業を中心とするが，受講者の理解を深める観点から，複数の業種の経営層・実務者を招聘の上，各社の人事政策や経営施策についての具体的なケーススタディも一部含めることとした。</p> <p>また講義を通じて受講者が企業社会における自身の価値を高めていく意識変革への契機となることを期待したい。</p>			
授 業 内 容			
1	人的資産論の枠組み	外的環境が大きく変化する中，人材論もパラダイムの変換が必要。単に費用の生じる生産要素としてではなく，付加価値を創造する人的資産として捉えることにより新たな人材論の構築が可能。その枠組みを示す。	
2	経済のグローバル化と人材ニーズの変化	経済のグローバル化が進展する中，人材に求められる資質も大きく変化。グローバル人材とは何か。期待される要件とその役割を実例に即して考察する。	
3	外部講師招聘 (外資系投資銀行)	外資系投資銀行の経営幹部を招聘。グローバルなスタンダードであるアングロサクソン型ビジネスの基本的な考え方と人事・人材政策を検証する。	
4	日本の人事制度の現状と課題	終身雇用と年功概念を特色とする日本の人事。その歴史的な背景を踏まえた上で，欧米企業とも比較考量し，現状と問題点を明確化，今後の方向性を検討する。	
5	人材評価と報酬のメカニズム	人材に関する評価のコンセプトや市場価値の決定プロセスを欧米企業と比較検討。付加価値の創造が報酬に誘発されるメカニズムを通じて企業の成長パターンを考察する。	
6	企業経営と人事政策	経営戦略を実現するツールとしての人事政策の性格を明確化。ビジネスモデルに応じて異なる人事政策の様相を検証。外部招聘講師の講義も踏まえながら複数企業の具体的なケースも取り上げる。	
7	外部講師招聘 (流通大手企業)	流通大手企業の人材担当役員を招聘。B to Cビジネスにおける経営戦略と人事政策の関係を検証する。	

8	労働需給の調整プロセス	一般商品と異なり個別性が高い労働市場における需給調整のメカニズムを実例の中から抽出。ノーベル賞のサーチ理論についても日本の労働市場ではどのように解釈できるのか考える。
9	人材流動化の現状と課題	1990年以降の失われた20年間で日本の労働市場は急速に流動化が進展。その背景にある経済構造と就業意識の変化を分析、今後の方向性を検討する。
10	人材マネジメント	組織をマネージするには何が必要か。リーダーシップとフォロワーシップの二つの行動態様を通じて、異なる環境下におけるマネジメント手法のあるべき姿を考察。
11	外部講師招聘 (ネット系企業)	ネット系企業の経営者を招聘。ニュービジネスの立ち上げ、成長過程における人材戦略に焦点をあてて検証する。
12	人的資本論 (ミクロ的視点)	付加価値の創造主体である人材が、よりアクティブな行動を取るためのインセンティブは何か。経済環境の整備、心理的ファクターへの働きかけ、人事制度の在り方など様々な視点から議論する。
13	人的資本論 (マクロ的視点)	「長く緩やかな衰頽過程」にあると言われる日本が復活する上で不可欠なのはマスとしての人的資本の活性化。ヒト作り政策の在り方、労働行政の改革、望まれるグローバル教育など多面的な観点から幅広く議論する。

履修上の注意・準備学習の内容

毎回講師が授業のテーマに即した基礎知識ならびに基本的な考え方を講義・説明。それらをベースに受講生の積極的な質疑応答を通じて議論の質と理解を深めていきたい。

教 科 書

特に指定はしない。

参 考 書

特に指定はしない。

成 績 評 価 の 方 法

(1) 授業出席点 (50%), (2) 最終レポート成績点 (50%)

そ の 他

外部招聘講師は現時点における予定者であり、日程も含めて変更の可能性はあるが、その場合は都度受講生に周知する。

科目名		単位	担当教員名
事業リスク・マネジメント		2単位	刈屋武昭
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講義では、この企業全体のリスクマネジメントの立場を背景に据えて、その基本となる事業リスク管理の個別プロセス詳細を解説する。教材としては、経済産業省「事業リスク評価・管理人材育成システム」プロジェクト（委員長は刈屋）のもとで作られたテキストと配布事例から題材を選択して利用する。この内容は、実際の事業リスク管理に関わってきた実務専門家、事業コンサルタントなどにより作られてきたものである。その意味ではきわめて実務的であるが、それを学術的な基礎と併せて講義する。</p> <p>事業リスク管理は、質的なものと量的なものがあるが、全体としては量的なリスク管理にウェイトをおく。中でも将来キャッシュフローの変動を確率分布として表現するアーニングアットリスクを理解しておくことが重要となる。それは、デュポンなどのリスク測度として導入されており、組織統合原理としての企業全体のリスクマネジメントのひとつの基礎となる。</p> <p>なお本授業は、事業リスク管理論とセットであるので、両方を一緒に履修することが履修の条件である。演習では、量的なリスクマネジメントの統計的手法を補ったり、本授業の授業の内容を継続したり、事例を示したりする。</p> <p>企業経営でリスクマネージャー、財務リスク管理、損害保険やそのコンサルティング、インベストメントバンキング、金融技術の専門家、不動産事業評価、プロジェクトファイナンス、内部統制などの仕事をめざす人には必要な基礎知識となる。</p>			
授業内容			
1	事業リスク管理論の枠組	事業リスク管理の狙いと範囲を明らかにし、単独事業リスク管理と企業全体のリスクマネジメントの枠組の関係を理解する。	
2	事業リスクファクター	実際の事業経営で直面する個別リスクファクターをリストし、その属性を理解する。組織形態、業種に依存。	
3	事業リスクの認識・識別	事業リスクやリスクファクターを認識・識別するために必要な知識や手法を解説。チェックリスト法、アンケート法など。	
4	事業リスク分析・評価法(1)	リスクが識別されるとリスク生起の確率と、生起したときの衝撃度の分析が必要となる。その手法を解説。	
5	事業リスク分析・評価法(2)	事業リスク分析に必要な統計的手法、リスク測度、リスク管理の構造を把握・表現する手法を解説。	
6	統計分析の基礎	事業リスク管理で利用される統計的方法を学習。	
7	財務諸表とリスク管理	財務諸表とリスク管理の関係、経営管理指標分析のポイントを解説。リスクファクターとの関係を理解。	
8	企業価値と事業ポートフォリオ	将来キャッシュフローの現在価値とリスクファクターの関係を理解。企業価値を確率分布で把握する。ダイナミックディスカунティド・キャッシュフロー評価法。	
9	リスク・コントロールとリスクファイナンス	リスク対応・リスク処理の手段を理解。リスク回避・移転・低減・受容・リスク分散・保険とデリバティブの役割。	
10	証券化によるリスク移転	証券化の仕組み、金融資産、不動産の証券化の仕組みの基礎を解説。	
11	代替的リスク移転（ART）技術	ARTの概念と新しい保険の流れを理解。業務の外部委託。委託先管理など。	

12	事業リスクソリューションの追求 法	収益性を追求する事業リスク経営手法を解説。フォワードルッキング分析, シナリオ分析, モンテカルロシミュレーション。
13	企業全体のリスクマネジメント	エンタープライズ・リスクマネジメントを求める場合の組織のあり方, 情報・コミュニケーション, リスク測度と共通言語のあり方を議論。
履修上の注意・準備学習の内容		
事業リスクマネジメント分析とセットで履修のこと。基礎科目の確率統計の基礎知識, 例えば刈屋・勝浦『統計学』(東洋経済新報社)の水準程度の基礎をもっていること		
教 科 書		
授業で配布する教材		
参 考 書		
(1) バートン, シュンカー, ウォーカー (2003)『収益性を作る戦略的リスクマネジメント—米国優良企業の事例』(刈屋・佐藤・藤田訳, 東洋経済新報社)		
(2) COSO (Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission) のドラフト (資料配布)		
(3) 経済産業省委託事業『事業リスク評価・管理人材育成システム』プロジェクト教材		
(4) 経済産業省『先進企業から学ぶ事業リスクマネジメント』		
成 績 評 価 の 方 法		
事例演習などをレポートにより提出。成績の評価としては, 授業出席点 30%, 最終試験成績点 40%, 授業中での議論への参加 10%, 宿題 20%とする。		
そ の 他		
会計の基礎知識があることが望ましいが, 要件としない。貸借対照表, 損益計算書などの会計の基礎知識を学習しておくこと。		

科目名		単位	担当教員名
事業リスク・マネジメント分析法		2単位	刈屋武昭
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>事業リスクマネジメントとセットの履修科目である。分析法について講義し、事例などの演習も行き、履修生と議論する。</p> <p>内容は、事業リスクマネジメントの各回の授業内容を継続・補完する。その狙いは、きわめて複雑な企業のリスクマネジメントを、十分な時間をかけて多くの側面から理解することである。リスク管理のプロセスは認識・識別、評価・分析、リスク対応・戦略をとり、結果として受容するリスク、移転するリスク、削減するリスクなどの対応をする。例えば保険的なリスクは、保険をかけることで移転可能であるが、それを合理的な価格で移転可能にするためにはリスクポートフォリオとして理解することが重要となる。</p>			
授業内容			
<p>授業内容については、事業リスクマネジメントの授業内容を参照されたい。対応する分析法の講義に加えて、授業継続・補完したり事例を示したりする。各回の内容は事業リスクマネジメントの内容に対応する。特にリスク評価に必要な統計的な分析に関わるものや、考え方はこの時間で補完する。また企業全体的なリスクマネジメントの視点との関係をつけるようにする。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>事業リスクマネジメントとセットで履修のこと。統計的な基礎知識、例えば刈屋・勝浦『統計学』（東洋経済新報社）の水準程度の基礎をもっていること。</p>			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>事業リスクマネジメントのレポートのテーマとは異なるテーマでレポート提出。成績の評価法は、授業出席点 30%、最終レポート点 40%、授業での課題発表点 20%、議論への参加点 10%である。</p>			
その他			
<p>財務リスク管理、企業経営でリスクマネージャー、損害保険やそのコンサルティング、インベストメントバンキング、金融技術の専門家、不動産事業評価、電力事業など大きな固定資産を持つ事業、プロジェクトファイナンスなどの仕事をめざす人には必要な基礎知識となる。</p>			

科目名		単位	担当教員名
企業戦略分析論		2単位	刈屋武昭
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
バーニーの企業戦略論にそって、資源ベースの戦略的思考法と分析法を講義する。その基礎は、SWOT分析のOTに対してポーターのSCPモデル、SWに対してVRIOモデルの分析枠組みである。講義ではその枠組みの弱点である時間軸にかかわる戦略的視点をいれた議論をする。将来キャッシュフローを分析する。そのもとに垂直等号、M & A 戦略論などを展開する。			
授業内容			
1	戦略とは何か	講義全体を概観する	
2	ポーターのSCPモデル	5つの脅威の分析法	
3	機会とリスクの分析	SWOT と不確実性	
4	VRIOモデル	資源ベースの競争優位性	
5	VRIOモデル(2)	模倣不能性と固有性 競争優位性	
6	垂直統合戦略	組織構造と戦略 機会主義、柔軟性と資源的視点	
7	コストリーダーシップ	学習曲線、最適生産	
8	柔軟性	リアルオプション	
9	戦略的提携	企業提携による価値	
10	多角化戦略	事業ポートフォリオとシナジー	
11	多角化戦略と組織体制	シナジー効果を発揮させる組織文化	
12	MA戦略	MAのリスクと価値、シナジー価値	
13	MA分析法統括	全体のまとめ	
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
講義はジェイ B. バーニー (2002) 『企業戦略論』(上, 中, 下) ダイヤモンド社に基礎を置く。テキストは購入する必要ない。資料を配布する。			
参考書			
Robert F. Bruner (2004) Applied Mergers & Acquisition			
成績評価の方法			
(1) レポート (60%) (2) 出席 (20%) (3) 宿題 (20%)			
その他			

科目名		単位	担当教員名
CSR と企業経営		2単位	光 成 美 樹
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>経済のグローバル化、環境問題への懸念に伴い、企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility, CSR）に対する関心や期待が高まり、2000年前後から国内外で企業経営におけるCSRの議論が増えてきた。近年では、地球温暖化など環境問題への関心を背景に、持続可能な社会の構築に向け企業経営の役割が期待されるようになり、企業経営においては経済的な視点だけでなく、社会的側面、環境側面を配慮して活動することが求められている。</p> <p>企業にとっては、CSRに対する取り組みが、幅広いステークホルダーとの関係を強化することによって企業価値の基盤を固めるリスクマネジメントとしての役割だけでなく、新たな価値の創造や社会環境面への貢献によって企業価値向上の機会と両立する展開となることが期待されている。こうした責任ある企業経営の議論は、マネジメント全体だけでなく、自社の主要事業に沿い、サプライチェーン等を通じてライフサイクルにわたって調達や投融資、技術開発やマーケティングなど個別テーマにも求められるようになっている。同時に、業界や活動範囲を評価するために、CSR情報に関する開示の枠組みも発展しており、CSR報告書等の発行が世界的に増加している。</p> <p>本講義では、CSRの概要や動向を概説するとともに、社会や環境面で課題となっているテーマや情報開示のガイドライン（GRI等）、会計等の枠組みを紹介する。また日本企業のCSRと海外企業の相違について開示事例等をもとに、問題の捉え方や表現方法、評価のちがいを解説する。CSRは日々進化しており、様々な論点や考え方が紹介されているが、責任投資、責任ある研究開発やマーケティング等、企業の様々な職種におけるCSRの側面をテーマ別に整理し、共有することで、企業全体、または個人の担当部門や職種を通じたCSRの役割や考え方を評価・立案する上での基礎知識となるように進めたい。</p>			
授 業 内 容			
1	CSR と企業経営	CSR の考え方、国内外での背景と動向、ステークホルダーの考え方を概説。	
2	CSR の歴史的背景と地理的な特徴	CSR の歴史的な経緯、欧米やアジアのCSR と日本のCSR の動向とその背景・主要ガイドライン等の概要を紹介。	
3	日本企業のCSR	日本企業のCSR について現状認識と実態について、事例をもとに評価、検討。	
4	CSR に関する評価：情報開示の枠組みと実態	CSR 報告書の開示ガイドラインとしてGRI、環境報告書ガイドライン、CDP 等の動向と認証等の仕組みを紹介。	
5	CSR の経済的側面・ガバナンス等	CSR に求められるガバナンス、経済的付加価値、環境・CSR 会計、財務会計等の動きを学習。	
6	社会面	労働、ワークライフバランス、安全性、サプライチェーン等、社会性に係る問題について企業の取り組みを整理。	
7	環境面	従来の環境経営と地球温暖化等の動向、環境法制度の展開と企業の役割の変遷等を紹介。	
8	CSR に関する評価「責任ある投融資」	SRI、エコファンド、欧米の動き、環境金融の動きと各投資スクリーニング指標等、金融機関の取り組みと影響を紹介。	
9	CSR と社会的責任マーケティング	CSR 活動とマーケティングを組み合わせたうごきや近年の事例を紹介し、検討に重要な要素を議論。	

10	企業の社会貢献	日本企業の社会貢献と欧米企業の社会貢献規模，実施方法，情報開示の相違等の評価・学習。
11	主要なステークホルダー：国際 NGO	国際 NGO の活動と規模及び企業活動・社会への影響力と国内 NGO の動向を紹介。
12	CSR と企業経営における課題等	CSR 重視に対する批判や失敗の事例を整理し，メリットと課題・リスクを分析し，議論。
13	ケーススタディ又はゲストスピーカー	国内外の事例を検討し，取り組みや表現の違いを分析・評価するとともに，全体のまとめ，今後の方向性を紹介。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
<p>企業の社会的責任に関する概念や意見は，個人としての考え方によって異なるものであるが，企業経営における CSR の枠組みを習得することを通じて，より広く CSR を捉える機会を共有したい。履修にあたっては，自身で一定の業界，テーマ，分野等の関心を絞っておくと有効である。</p>		
教 科 書		
別途資料・レポート等配布		
参 考 書		
<p>谷本寛治「CSR 企業と社会を考える」NTT 出版（2006） David Vogel, The Market for Virtue, Brookings Institution Press（2005）， フィリップ・コトラー・ナンシー・リー（恩蔵直人監訳）「社会的責任のマーケティング：事業の成功と CSR を両立する」東洋経済新報社（2007） 他は別途紹介</p>		
成 績 評 価 の 方 法		
<p>(1) 授業出席点（30%） (2) 最終レポート成績点（40%） (3) 授業中での議論への参加（10%） (4) 宿題（20%）とする。</p>		
そ の 他		
最終レポートの他，CSR に関するケーススタディ（簡易レポート）を授業の際発表してもらう予定		

科目名		単位	担当教員名
グローバル経営		2単位	青井倫一
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>グローバル経営という言葉の定義は、時代により識者により異なる。この科目では、ホームマーケット（自国市場）を”超えて”活動する企業の経営戦略の課題について講義、討議する。この科目の前に「グローバル経営（演習）」という科目が設定されていて、そこでのケース分析の後を受けて講義がなされる。したがって「グローバル経営（演習）」においては企業スペシフィックな点に焦点をあてるが、この科目ではそこでの議論をいかに”一般化”するか、できるかに重点を置く。ホームマーケットに対する戦略との相違点・類似点を履修者なりに整理できるようにするのが目標である。</p>			
授業内容			
1	市場選択の順番	香水市場において激戦市場のフランスでの展開をめざす資生堂の戦略を例に、ホームマーケットから海外へという”常道”戦略の是非を検討	
2	アパレルのグローバル戦略	ZARAの海外市場戦略のありかたを検討してユニクロと比較分析をする	
3	ブランドとグローバル市場	高級ブランド品を扱う企業の市場戦略・競争戦略、そしてマルチブランドという概念の有効性を検討する	
4	グローバル競争	ホームマーケットで確立した競争優位性が異なるホームマーケットから成長した企業と対峙するときどれほど有効かを検討する	
5	グローバル・アライアンス	グローバル市場で競争するための条件を達成するための1方法としてのアライアンスの有効性について考察する	
6	グローバル競争の主導権の推移	韓国企業のグローバル市場での躍進の戦略を検討する。同時に日本企業としての有効な対応をさぐる。	
7	本社と海外市場	開発・生産・販売という機能の相違が海外市場の成長によってどのような対立をうむか、それをどう解決するかを考える。	
8	製品開発と市場	成長する日本食（ラーメン）の中国市場での戦略を検討。	
9	グローバル化の経営課題	日本企業のグローバル化の経営課題について議論する。	
10	A S E A N市場	アセアン市場における市場戦略について講師を招いて議論する。	
11	日本市場と海外企業 1	日本市場における外資企業の直面する経営課題を議論する。講師を迎えての授業を予定している	
12	日本市場と海外企業 2	同上	
13	グローバル経営まとめ	1～12の議論からどのような帰結を得られるかを検討する	
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>グローバル経営（演習）を履修することを必須とする。教科書のトピクスについて時間を割いて触れることも多々ある。教科書は組織論をベース、授業は市場戦略がベース。</p>			
教科書			
浅川和宏 『グローバル経営入門』 日経新聞社			

参 考 書
必要に応じて授業内で指示する
成 績 評 価 の 方 法
クラス参加 20% クラス討議貢献 40% レポート 40%
そ の 他
11, 12 のテーマに関しては履修者と相談しながら決定したい。

科目名		単位	担当教員名
グローバル経営（演習）		2単位	青井倫一
開講区分	後期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>この科目においてはグローバルに展開する企業の戦略上の課題をケース分析を通じて検討する。かつては多国籍企業論が国際経営の中心であったが、現在においてはビジネススクールでのすべての科目が企業のグローバルな展開を陰に陽に前提にして構成されている。</p> <p>この科目では日本、韓国、米国、欧州の企業のグローバル戦略を検討することによって、履修者が複数の地域市場にどのように戦略対応するべきかの“実感”を会得してもらう。ケース分析を主として授業が進行する。</p>			
授業内容			
1	資生堂フランス	香水ビジネスをフランスで立ち上げる資生堂の戦略を評価する。	
2	ZARA	ファーストファッションの代表例であるスペインのZARAの成長戦略の分析とグローバル戦略の課題を討議する。	
3	GUCCI(A)	ブランドメーカー グッチの事業再構築の評価とマルチブランド戦略の是非をグローバル競争の関連で議論する。	
4	CAT 対コマツ	建機の2大メーカーのグローバル競争の本質を分析する。	
5	ルノー・日産	グローバルアライアンスの戦略を検討する。	
6	サムソン・エレクトロニクス	サムソンのグローバルマーケティング戦略を分析する。	
7	EMI と CT スキャナー	EMI の米国市場進出の戦略を検討する古典的ケース。	
8	味千	熊本の味千の中国戦略を検討する。	
9	パナソニック	グローバル化を推進するパナソニックの経営課題を検討。	
10	ライオンと ASEAN	ライオンの ASEAN 市場での戦略展開を検討する。	
11	日本市場における海外企業	1	
12	同上	2	
13	グローバル経営	まとめ	
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>科目「グローバル経営」と対をなしているので両方の履修を要請する。</p> <p>6時限の内容に対応して7時限の講義が進められると仮定してほしい。</p> <p>1～7に関しては既存のケースを使用予定。8, 9, 10に関しては資料ベース。11, 12に関しては履修者からの調査発表を予定。</p>			
教科書			
なし			
参考書			
浅川和宏 「グローバル経営入門」 日経新聞社			
成績評価の方法			
クラス参加 20% クラス討議貢献度 40% レポート 40%			
その他			
11, 12 のテーマに関しては履修者と相談しながら決定したい。			

科目名		単位	担当教員名
グローバル・ビジネス・スタディ		2単位	アンダーセン, ヘンリー
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本科目は、国際的な環境で働く、または今後働く可能性のある、学生を対象にしている。様々な国の文化的次元、異文化コミュニケーション問題、国際チームマネジメント問題などについて、演習を通じて解決策を提案しながら、多国籍チームリーダーとしてのスキルを身につける。地域ごとに、特定国の価値観などを勉強した上で、それらの国からきた人と問題が起きたときにどのように対応すべきかを、ケーススタディを活用しながら検討して行く。授業は基本的に英語で実施するが、小グループ・ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが毎回配布される。</p>			
授業内容			
1	Overview of Multicultural Team	Management	
2	Cultural Dimensions	In this unit we review the works of Hofstede and Trompenaar and their cultural dimensions. Students will rate themselves along the dimensions to see their positioning.	
3	Intercultural Communication	This unit will cover the difference between high context vs. low context cultures, direct vs. indirect communication, and emotional vs, unemotional communication. Various strategies to overcome these differences will be discussed, with some exercises conducted in class.	
4	Cross-cultural Negotiation and Meeting Facilitation Skills	This unit will cover some of the challenges involved in negotiating and conducting meetings abroad. Exercises will be conducted in class.	
5	Resolving Conflict and Creating Synergies	This unit will cover the kinds of conflict that result in cross-cultural teams and the various strategies to overcome them. In addition, we will cover how to leverage cultural diversity to create cultural arbitrage and use this to create synergies and innovation. Exercises will be conducted in class.	
6	A Comparison of Japan and the US / other English speaking countries	This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class.	
7	Managing People from China, Korea and Singapore	This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class.	
8	Managing People from Thailand, Indonesia and Malaysia	This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class.	

9	Managing People from Latin America	This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class.
10	Managing People from Southern Europe	This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class.
11	Managing People from Northern Europe	This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class.
12	Managing People from Middle East and Africa	This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class.
13	Student Presentations	Students will pick a topic on multicultural team management, research it, and make a short presentation to the class on key findings. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast. A written report will accompany this presentation as a part of student evaluation for the course.
履修上の注意・準備学習の内容		
教 科 書		
Reference documents will be distributed at each class.		
参 考 書		
成 績 評 価 の 方 法		
Class attendance and participation (40%), groupwork (30%), final report (30%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
グローバル発想とリーダーシップ・スキル		2単位	アンダーセン, ヘンリー
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本科目は基本的に「創造的リーダーシップ」と一緒に受講することが前提で、後者はこの科目の演習という位置づけである。グローバルなビジネス環境で成功するために国際的に通用する思考法とリーダーシップスキルを体験的に学習する。思考法は、ビジネスや個人の問題解決と機会探索に活用される創造的発想法、クロスオーバー思考法、クリティカル・シンキングとロジカル・シンキングまで含み、自分の知恵を開発する方法にもなる。リーダーシップスキルはこれらの思考法を活用し、ナレッジワーカーをリードするためのウィズダムリーダー（知恵リーダー）に不可欠な態度と取り組み方を演習する。授業で学生たちが実際に自分の職場などで抱えている課題を取り上げ、思考法とファシリテーションスキルをそれらに応用しながら、多様な解決案を創出する。なお、授業は基本的に英語で実施するが、小グループ・ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが毎回配布される。</p>			
授業内容			
1	Overview of Global Thinking and Leadership Skills	Overview of the course.	
2	Your Thinking Style and Inventorying your Experience Base	Students will use a self-assessment test to determine their own thinking style, after which implications for leadership will be discussed. Then, students will inventory their own unique experience base as a starting point for future classes.	
3	Facilitating Teams and Mining Others' Experience Bases	Facilitative leadership will be the main style covered in this class. Basic facilitation skills include building an appropriate climate, encouraging certain listening and speaking skills, roles and responsibilities, elements of interaction, and the danger of too much information. Special attention will be given on how to mine the diversity of other peoples' unique experiences.	
4	Creative Thinking (1)	The Synectics creative problem-solving methodology will be practiced as an example of one of the major approaches in this area. Included will be Task Headlines, Springboarding, Selection, and Ways and Means. Examples of different kinds of excursion approaches will be covered.	
5	Creative Thinking (2)	Other techniques and approaches will be examined and practiced in class. Among those covered will be CPS, Six Hats, KJ Method, SCAMPER, PMI, mind mapping, morphological analysis and attribute listing.	
6	Logical and Critical Thinking	McKinsey-style logical thinking will be covered in this unit. Key aspects covered will be MECE and logic trees for finding causes and for problem solving. Critical thinking is thinking about thinking, both yours and others'. In this unit we will cover critical thinking values, the Socratic method, the dangers of groupthink and the critical thinking wheel.	

7	Crossover Thinking	Crossover thinking is the transdisciplinary analogical application of ideas and concepts from any field to problems and issues in any other field. In this unit we will practice using individual tools like encyclopedias and thesauruses, as well as applying concepts to business problems and issues.
8	Interviewing, Coaching, Conflict Resolution and Gaining Consensus	Interviewing skills, such as how to build rapport, as well as projective techniques to bring out some unarticulated emotions, will be covered, as well as basic coaching skills. In addition, we will explore methods for reaching group consensus, including the itemized response approach.
9	Thinking of the Future	Developing your own personal mission and vision as well as a one for your organization is the focus of this unit. As a starting point for this, we will cover futurist techniques, human need insight and in class develop models for consumer democracy.
10	Balancing the Mental Diet, Discovering Core Shared Concepts and Wisdom Development	Discovering core shared concepts across seemingly unrelated fields is the beginning of wisdom development. The ultimate goal is the application of this wisdom in many facets of your work. In groups we will discover and share some of these core concepts.
11	Introduction to Multicultural Team Leadership	Leading a multicultural team requires presents certain challenges as well as opportunities, and this unit will give a brief introduction to some tools to help one become more culturally sensitive and develop skills to not only manage conflict within, but also develop synergies from a culturally diverse team.
12	Presentation Skills	Formal presentations to upper management, customers or other outside groups are often critical events for the individual and company. Presentation skills in a global context will be learned and applied in this unit.
13	Student Presentations	Students will pick a topic on thinking or leadership skills, research it, and make a short presentation to the class on key findings. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast.

履修上の注意・準備学習の内容

As stated above, this class is to be taken in conjunction with Creative Leadership.

教 科 書

Reference documents will be distributed at each class.

参 考 書

成 績 評 価 の 方 法

Class attendance and participation (40%), groupwork (30%), final report (30%)

そ の 他

科目名		単位	担当教員名
創造的リーダーシップ		2単位	アンダーセン, ヘンリー
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本科目は基本的に「グローバル思考とリーダーシップスキル」の演習授業として、組み合わせで受講することが前提である。</p>			
授業内容			
1	Overview of Course	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
2	Your Thinking Style and Experience Base Inventory	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
3	Facilitating Teams and Mining Others' Experience Bases	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
4	Creative Thinking (1)	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
5	Creative Thinking (2)	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
6	Logical and Critical Thinking	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
7	Crossover Thinking	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
8	Interviewing, Coaching, Conflict Resolution and Gaining Consensus	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
9	Thinking of the Future	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
10	Balancing the Mental Diet, Discovering Core Shared Concepts and Wisdom Development	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
11	Introduction to Multicultural Team Leadership	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
12	Presentation Skills	Workshop applying the learnings from Global Thinking and Leadership Skills class.	
13	Student Presentations	Students will pick a topic on creative leadership, research it, and make a short presentation to the class on key findings. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast.	
履修上の注意・準備学習の内容			
As stated above, this class is to be taken in conjunction with Global Thinking and Leadership Skills.			

教 科 書
Reference documents will be distributed at each class.
参 考 書
成 績 評 価 の 方 法
Class attendance and participation (40%), groupwork (30%), final report (30%)
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
マーケティング・イノベーション		2単位	アンダーセン, ヘンリー
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>マーケティング・イノベーションとは、組織の技術能力から創出される革新よりも、生活者の新たなニーズ発見から成り立つイノベーションを意味する。このニーズ発見は、市場の「意外な声」に耳を傾け、多量な「無作為」な情報からパターンと意味を引き出し、今まで潜在意識レベルにしかなかったニーズとウォントを顕在化する。この発見をベースに、そのニーズに対応できる新製品やサービス、またはマーケティング・コミュニケーションなどのアイデアを創出し、興味深いものをさらに具体的に展開していく。授業は基本的に演習型で、受講生はある製品・サービスカテゴリーを選び、このプロセスを各段階で応用してみる。なお、授業は基本的に英語で実施するが、小グループ・ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが毎回配布される。</p>			
授業内容			
1	Overview of Marketing Innovation	Overview of the course.	
2	Issue Analysis and Selection	Deciding what to focus on in the information gathering phase is perhaps the most important decision to be made. The marketing innovation approach starts from the viewpoint of the consumer and how to create true value for humankind. Students will be asked to handle certain human need categories which will then be put through the marketing innovation process.	
3	Immersion (1): Mining Existing Data	Existing market research and secondary research data can be revisited to first reach a common sense industry understanding of the human need area. Then the data can be analyzed and examined in new ways to reveal previously neglected or misread information.	
4	Immersion (2): Ethnography	Ethnographic research is a basis for looking at category needs. Students will be asked to gather ethnographic data through both audio and visual means. This data will be shared and analyzed in class.	
5	Immersion (3): Group and One-on-One Depth Interviews	Planning and holding group and one-on-one interviews on category needs, attitudes and emotions is another important part of the immersion process. Students will be asked to do interviews and share the results with the class.	
6	Insight (1): Collecting and Selecting Nuggets	Information that is considered unusual, silly or even bizarre can often hide customer needs and wants that are more universal than at first glance. Therefore the selection of information "nuggets" that may hide valuable new insights is one of intentionally targeting the apparent outliers. The class will work together to select the most interesting nuggets to decode at the next stage.	
7	Insight (2): Code Cracking	Finding meaning behind the selected nuggets requires a code-cracking process that finds possible hints in other worlds. Various processes are examined and applied in class. These include associations, metaphors and analogies, essential paradox, continuous story and personal analogy.	

8	Insight (3): Discovering Outsights	From the mass of possible meanings generated, the process continues to synthesize the meaning through the discovery of themes and patterns common across all nuggets. These themes are not yet applied to the world of the consumer, so they are called outsights. Students will practice this process in class.
9	Insight (4): Synthesizing Insights	Finally, outsights are further synthesized and then force fitted back to the world of the consumer. This results in insights stated in the form of specific human needs or wants. Students will practice this process in class.
10	Invention (1): New Product/Service Offering	Once new insights have been uncovered, then the next step is idea generation to develop product/service improvements or new offering that meet these needs. This step will be practiced in class.
11	Invention (2): New Communication Campaign and Channel Strategy	Along with actual changes in the offering, the communication campaign, and possibly the channel strategy, will have to be changed to reflect the new needs. This class will be a workshop to develop new communication concepts and channel approaches to serve these needs.
12	Innovation: Making Inventions Reality	The unit will discuss how new products concepts and marketing approaches need to be sold inside the firm in order to make them happen. Discussion will center on methods to gain consensus within the organization to gather the resources and manpower to realize one's goals.
13	Student Presentations	Students will pick a topic on marketing innovation, research it, and make a short presentation to the class on key findings. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast.
履修上の注意・準備学習の内容		
教 科 書		
Reference documents will be distributed at each class.		
参 考 書		
成 績 評 価 の 方 法		
Class attendance and participation (40%), groupwork (30%), final report (30%)		
そ の 他		

科 目 名		単 位	担当教員名
グローバル消費者価値とライフスタイル		2単位	アンダーセン, ヘンリー
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>本科目は基本的に「グローバル・マーケティング」との組み合わせで受講することが前提である。世界各地の主要国の消費者価値とライフスタイルを紹介することが本科目の目的で、グローバル企業でグローバル・マーケティングに応用できる感受性とスキルを高めるながら、自己人生の価値観・考え方を広める効果もある。授業で、「異文化次元」の総合研究を説明後、毎回特定の国または地域の中核価値観を始め、主な消費市場の情報を紹介する。それらを理解した上で、様々な国に対して製品・サービスのマーケティング戦略や活動に応用する。ゲストスピーカーを招くこともある。なお、授業は基本的に英語で実施するが、小グループ・ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが毎回配布される。他のマーケティング科目を事前に履修したことが望ましいが、不可欠ではない。</p>			
授 業 内 容			
1	Overview of Global Consumer Values and Lifestyles	Overview of the course.	
2	Cultural Dimensions	In this unit we review the works of Hofstede and Trompenaar and their cultural dimensions. Students will rate themselves along the dimensions to see their positioning.	
3	Intercultural Communication	This unit will cover the difference between high context vs. low context cultures, direct vs. indirect communication, and emotional vs. unemotional communication.	
4	US, UK and the British Commonwealth	In this unit we will first cover the countries' core values, the basics of their socio-politico-economic situations, followed by information about key markets (home ownership, health, education, eating and drinking, shopping, personal care, fashion, leisure, personal finance, media and communications, transport and tourism). Then we will discuss implications for marketing in those countries.	
5	France and Latin Europe	Same as above for these countries.	
6	Germany and Northern Europe	Same as above for these countries.	
7	Brazil and Spanish-speaking Latin America	Same as above for these countries.	
8	Russia and Eastern Europe	Same as above for these countries.	
9	China	Same as above for this country.	
10	South Korea, Taiwan and Singapore	Same as above for these countries.	
11	Thailand, Phillipines, Indonesia and Malaysia	Same as above for these countries.	
12	India, Middle East and Africa	Same as above for these countries.	
13	Student Presentations	Students will pick a topic on global values and lifestyles, research it, and make a short presentation to the class on key findings. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast.	

履修上の注意・準備学習の内容
As mentioned above, this class is to be taken in conjunction with Global Marketing.
教 科 書
Reference documents will be distributed at each class.
参 考 書
成 績 評 価 の 方 法
Class attendance and participation (40%), groupwork (30%), final report (30%)
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
不動産ファイナンス論		2単位	山村能郎
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>不動産の証券化市場の登場は不動産投資の形態を大きく変えるだけでなく、従来の右肩上がりの成長を前提とした不動産の保有形態の変化を通して、企業経営そのものの変革をも促す大きな変革と位置づけられる。本講義では不動産の証券化市場の概要と不動産投資における資金調達に関連する様々なリスクについて理解することを目的とする。具体的には、住宅向けの Mortgage を中心に金利の決定要因と期限前償還リスクなどファイナンスに伴うリスク、固定金利ローンと変動金利ローンそれぞれにおける金利とバランスシートとの関係、ローンの市場価値について講義する。事業用不動産ではオフィス、店舗、工場施設など様々な不動産の生み出すキャッシュフローと投資価値、不動産価値の評価方法について考えるとともに、新規開発プロジェクト、既存不動産購入など投資タイプ別のファイナンス方法について事例を取り入れながら解説する。さらに、不動産の証券化や不動産ローン証券 (Mortgage Backed Securities) になど不動産市場の証券化の方法について講義する。不動産の証券化では REIT (Real Estate Investment Trust) など不動産投資信託の他、リースバックを前提とした企業保有不動産の証券化方法など、日本の証券化の仕組みについて解説するとともに、アメリカの REIT など海外市場との制度の違いについても解説を加える。また、不動産ローン証券市場では住宅ローンによる証券と事業用不動産を対象とした CMBS (Commercial Mortgage Backed Securities) の概要を説明するとともに、証券の価格評価や期限前償還リスクなど証券のもつリスクの評価について考える。</p>			
授 業 内 容			
1	不動産市場の構造 (1)	不動産の所有権市場、賃貸市場、不動産投資との関連について資本—コストアプローチによって整理する。	
2	不動産市場の構造 (2)	不動産所有権市場、賃貸市場、建設市場の循環について静学的に考察する。	
3	不動産事業におけるファイナンス	不動産投資におけるファイナンスの特徴について概説する。	
4	ローン金利とリスク (1)	固定金利ローン仕組みと分類、期限前償還リスクなどローンのリスクについて整理する。	
5	ローン金利とリスク (2)	固定金利ローンにおけるインフレリスクなどリスクの回避方法について解説する。	
6	ローン金利とリスク (3)	固定金利と変動金利の違いによるローン価値とリスクの関係について整理する。	
7	ローン金利とリスク (4)	ローンの組替えと資本コスト、ローンの市場価値、リスクの回避方法について考察する。	
8	不動産の証券化	不動産事業リスクと不動産証券化の目的について解説する。また、投資家、オリジネーターにとっての証券化の意義についても説明する。	
9	SPC と証券化の制度	SPC (特定目的会社) と証券化の関連など制度的な側面について説明する。	
10	REIT	REIT の基本的な仕組みとその目的について解説するとともに、期待されている効果と評価について説明する。また、日本の J-REITs および米国の現状についても触れる。	

11	不動産ローンの証券化	MBS (Mortgage Backed Security), CMBS (Commercial Mortgage Backed Security) など不動産ローンの証券化の仕組みと効果, 米国で現状について解説する。
12	ノンリコースローンと証券化	担保不動産にしか債権者の求償権がおよばないノンリコースローンと証券化の概要について説明する。
13	証券化の展望と課題	投資ヴィークルや不動産流通市場の課題など証券化市場の発展のための課題について整理する。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
講義前に講義資料を配付するので, 必ず講義までに内容を把握することが求められる。さらに, 下記の参考図書をもとに各自で講義内容を自習することを強く勧める。		
教 科 書		
本講義では特に教科書を指定しない。適宜, 講義用資料を配布し, それに基づき講義を進める。また, 下記参考図書などを参考資料として使用する場合がある。		
参 考 書		
W.B. Brueggenman and J.D. Fisher, Real Estate Finance and Investment, McGraw-Hill/Irwin, 2002. D. Geltner and N. G. Miller, Commercial Real Estate Analysis and Investment, South-Western, 2001. G.R. Brown and G. A. Matysiak, Real Estate Investment: A Capital Markets Approach, Time-Prentice Hall, 2000		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 出席・課題の提出状況 (40%) (2) 期末レポート (60%)		
そ の 他		
不動産投資における資金調達方法と不動産の証券化市場を解説しているので, 関連する応用ファイナンスに関する授業科目を履修することが望ましい。		

科目名		単位	担当教員名
ストラクチャード・プロジェクト・ファイナンス		2単位	山下 明 男
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講座では、プロジェクトファイナンス及び不動産ファイナンスの分野で事業リスク評価、契約技術、ストラクチャーリング技術、税務会計分析等定量的・定性的な事業分析手法を解説するとともに、ケーススタディや演習を交え、実践的専門能力の養成を目的とする。</p> <p>1. プロジェクトファイナンス</p> <p>プロジェクトリスク評価、キャッシュフロー分析、技術評価、法制度分析、契約構造、建設リスク、操業リスク、担保権などプロジェクトファイナンスの基本要素について演習を交えながら解説する。ケーススタディとして風力発電事業、卸電力事業、廃棄物発電事業などの典型的プロジェクトファイナンスを取り上げ、演習を中心にして理解を深める。わが国のプロジェクトファイナンス市場の中で中心となるPFI（Private Finance Initiatives）やPPP（Public Private Partnership）についてまずは公共側として法制度分析、VFM（Value for Money）分析、コンセッションプロセス構築を学び、次に民間側視点からの事業構築や事業評価のポイントを解説する。ケーススタディとして公立病院及び有料道路を取り上げ、官民のPPPのあり方を学ぶ。</p> <p>2. 不動産ファイナンス</p> <p>DCF, cap rate, DSCR, LTV等の不動産投資のキャッシュフロー分析手法、不動産投資の特質を解説し、開発型不動産ファイナンスの分析に必要な基礎知識を習得する。次に、開発型不動産ファイナンスにおける開発計画、建設リスク、市場（賃料変動）リスク等の分析とノンリコースファイナンスにおける契約技術やストラクチャーリング技術、税務会計、法制度技術（SPC法、匿名組合、ケイマンSPC等）について解説する。コンストラクションローンとパーマネントローンの各々のリスク分析と契約上のポイントを解説する。ケーススタディとしてオフィスビル、店舗、ホテルの複合開発を取り上げ、当該施設の収益力や賃料負担力の分析手法と当該不動産の価値分析を学ぶとともに、キャッシュフローモデルの作成を通じて金融・ストラクチャーリング構築技術を習得する。</p> <p>商業用不動産証券化（CMBS）についてもキャッシュフロー分析手法（LTV, DSCR）、ストラクチャーリング上のポイント（出口戦略、真正譲渡性、税務会計等）市場分析などケーススタディを中心にしながら投資家、アレンジャーサイドに立った実践的専門知識を養成する。</p>			
授 業 内 容			
1	プロジェクトファイナンス概論	プロジェクトファイナンスの基本的な考え方について講義し、それについての各自の認識について議論し、確認する。	
2	プロジェクトリスク評価、キャッシュフロー分析、契約構造(1)	プロジェクトファイナンスの基本要素であるプロジェクトリスク評価、キャッシュフロー分析、契約構造について解説する。投資分析についてはコーポレートファイナンス理論のレビューを行う。	
3	プロジェクトリスク評価、キャッシュフロー分析、契約構造(2)	プロジェクトファイナンスの基本要素であるプロジェクトリスク評価、キャッシュフロー分析、契約構造について解説する。投資分析についてはコーポレートファイナンス理論のレビューを行う。	
4	PFI・PPP概論	PFI（Private Finance Initiatives）及びPPPについて公共側として法制度分析、VFM（Value for Money）分析、コンセッションプロセス構築を学び、次に民間側視点からの事業構築や事業評価のポイントを解説する。	

5	ケーススタディ 1, 2 (風力発電, 廃棄物発電)	典型的プロジェクトファイナンスの事例として風力発電と廃棄物発電を取り上げ, キャッシュフロー分析とともにリスク評価を行い, リスクマトリックスを作成し, 議論する。
6	ケーススタディ 3, 4 (病院, 有料道路)	PFI/PPP の代表事例として公立病院と有料道路事業を取り上げ, キャッシュフロー分析を通じて, リスク評価し, 議論する。
7	不動産ノンリコースファイナンス概論	不動産ノンリコースファイナンス市場の現状及び特徴を解説する。
8	投資リスク評価, バリュエーション, 税務会計分析	不動産ノンリコースファイナンス投資分析のための必要なバリュエーション, 税務会計分析, ストラクチャー上のポイントにつき開発するとともに, 理解を深めるための演習を行う。
9	メザニンファイナンス	メザニンファイナンスについて, 市場の現状, 資金供給形態と特徴を解説する。
10	ケーススタディ 5 (複合開発)	オフィス, 店舗, ホテルより構成される複合開発事例を取り上げ, キャッシュフロー分析, バリュエーションを行うと共に, ファイナンス条件を議論する。
11	不動産証券化概論	商業用不動産証券化 (CMBS) についてキャッシュフロー分析手法 (LTV, DSCR), ストラクチャーリング上のポイント (出口戦略, 真正譲渡性, 税務会計等) を解説し, 議論をする。
12	商業用不動産証券化	CMBS の個別事例としてオフィスビル, 商業施設 (店舗) を取り上げるとともに, 倒産隔離問題を詳説し, 議論を通じて理解を深める。
13	演習 (不動産証券化)	本社ビル証券化をテーマにアレンジャーとしてのオリジネーターへの提案書を作成し, チーム毎に発表し, 議論する。
履修上の注意・準備学習の内容		
Corporate Finance の基礎的知識をもっていること		
教 科 書		
特段なし		
参 考 書		
(1) Avinash K. Dixit & Robert S. Pyndyck "Investment Under Uncertainty" (Princeton)		
(2) David Geltner & Norman G. Miller "Commercial Real Estate Analysis and Investment"(South-western)		
(3) Richard A. Brealey and Stewart C. Myers "Principles of Corporate Finance" (McGraw-Hill)		
(4) 各種専門誌記事, 論文他		
成 績 評 価 の 方 法		
成績の評価は以下のとおりとする。		
(1) 授業出席点 (30%)		
(2) Take-home exam 成績点 (50%)		
(3) 授業中での議論への参加および宿題 (20%)		
そ の 他		
特段なし		

科目名		単位	担当教員名
不動産開発論		2単位	信田直昭
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>不動産開発，とりわけ東京ミッドタウンや六本木ヒルズ等に代表される大規模な都市開発事業は，豊かな国土形成の一翼を担う戦略拠点ですが，それらを単につくり続けるだけでは，身近な地域社会ですら豊かなものにするにはできません。また，そのような大規模プロジェクトの実現には，国土形成の上位計画との整合性はもとより，資金調達，用地取得，開発企画，近隣調整，設計・建設，経営管理・運営に至る多様なプロセスを経るため，膨大な時間と労力が必要となります。本講義では，不動産開発の実現過程を学ぶとともに，投資マネーで直結され世界同時多発的な乱高下要因を内在するグローバル経済下における不動産開発の将来展望を考えていきます。</p>			
授 業 内 容			
1	国土形成における上位計画と都市開発プロジェクトの役割（有効性と限界・課題）	今回の一連の講義を始めるにあたり，豊かな国土形成に対する不動産開発とりわけ都市開発プロジェクトの役割・効用とその限界・課題を確認します。	
2	都市開発プロジェクトの実現プロセスと時代変化への対応	都市開発プロジェクトの実現プロセスは極めて多様で重層的であるため膨大な時間と労力が必要となります。また一端竣工しても，社会経済環境等の変化に応じて常にダイナミックに変容していくことが求められます。本講義では，都市開発プロジェクトの実現・運用のダイナミズムに関して，六本木ヒルズ・アークヒルズを事例としてみていきます。	
3	不動産会社・ディベロッパーの業態フレーム（公的組織，民間企業）	不動産業界は，参入障壁が比較的低いため企業数は約32万社にも及びますが，大規模な都市開発プロジェクトを主導できる企業体は極一部に限られます。本講義では，「開発」，「流通」，「賃貸」，「管理」等の多様な業態で都市開発プロジェクトの実現を支える不動産業界の全体像を概観します。	
4	都市開発プロジェクト事例研究（開発の経緯・コンセプト・手法・波及効果）	都市開発プロジェクトは「敷地共同化の程度」と「開発用途の複合度合い」に応じて4つのカテゴリーに分類することができます。本講義では，東京を中心とした主要な大規模都市開発プロジェクト20事例を取り上げ，その実態，存在意義，今後の課題等について考えます。	
5			
6	グローバル経済下における都市開発プロジェクトを巡る環境変化と諸問題	投資マネーで直結されたグローバル経済下における自国の実態経済は，世界各国の様々な状況変化により極めて大きな影響を受けてしまいます。そのため，このような変動しやすい環境下では，膨大な時間と労力が必要となる都市開発プロジェクトの実現難易度は大きく高まっているのです。本講義では，今後の国土形成に不可欠な都市開発プロジェクトを，誰がどのようにして担っていくのかに関して総合的視点から考えます。	
7			
8	不動産の証券化・ファンドビジネスの現状・課題・将来展望	バブル経済崩壊に伴う一連の金融制度改革を背景として，日本の不動産証券化が幕を開けました。しかし日本の不動産が金融商品化をつうじてグローバルマネーの投資対象になったことは，不動産価格の形成要因・サイクルに大きな変化を生じさせ，その影響は，日本経済の「潤滑油・底力」であった不動産担保価値に対する認識にも抜本的な見直しを迫っています。本講義では，このような環境激変に伴う「日本不動産の将来展望」に関して，専門外の素朴な疑問・視点から根本的に議論してみたいと思います。	
9			

10	不動産マネジメントビジネスの現状・課題・将来展望	豊かな国土形成の一翼を担う都市開発プロジェクトは、不動産投資としての安定したキャッシュフローが存在して始めてその役割を果たすことができます。そのキャッシュフローの安定・極大化を、賃貸管理、ビル管理、修繕改修工事等の経営管理業務をつうじて実現していくのが不動産マネジメントビジネスです。本講義では、竣工後の都市開発事業がその役割を果たすための原動力である不動産マネジメントビジネスを概観します。
11	不動産再生・リノベーションビジネスの現状・課題・将来展望	戦後 60 年間で、日本の住宅政策は量的充足を達成し「質」の時代に突入しています。成熟経済下の住宅政策は、従来のスクラップ&ビルド型からリノベーション型に移行していきませんが、約 30 年前の新耐震基準を満たす集合住宅の多くが阪神大震災に遭遇しても大きな被害を免れた事実は、地震国・日本における不動産再生・リノベーションビジネスの可能性を飛躍的に高めたといえるでしょう。本講義では、日本で漸く始ったばかりの不動産再生・リノベーションビジネスの最前線を概観します。
12	グループ討論「50 年後の日本と都市開発・不動産業界はどのような変貌を遂げているか？」	豊かな国土形成の一翼を担う都市開発・不動産事業は、産業経済・社会の「受け皿（サブシステム）」です。そのため、日本の都市開発・不動産業界は、今後の日本がどのような「型」を目指すのかによって規定されていきます。今回の一連の講義を締め括るにあたり、50 年後の日本と都市開発・不動産業界の姿を、2 回連続の討論形式で炙りだしてみたいと思います
13		
履修上の注意・準備学習の内容		
<p>レポート課題は、「50 年後の日本が現状の停滞から抜け出し大きく飛躍するためには、不動産・ディベロッパー業界は今から何をすべきなのか？」です。この課題を念頭に置き毎回の授業に参加してください。</p> <p>各回の教科書の範囲を読んで、難しい部分をチェックしておくことが望ましい。</p>		
教 科 書		
なし（授業内容に沿った資料を毎回提示します）		
参 考 書		
<ul style="list-style-type: none"> ■「新しい時代のビルマネジメント /PART2 (2002.7)」(日本ビルディング協会連合会ほか) ■不動産投資ゲーム (ウィリアム・ホルブー / ジェフリー・カクジャンク / 社団法人不動産証券化協会 日経 BP 社) ■「ヒルズ 挑戦する都市」(森稔 朝日新報出版) ■「不動産白書」(シービー・リチャードエリス) ■「キャッシュフロー時代のビル経営 / プロパティマネジメントの実務と証券化不動産の利回り向上策」(信田直昭 住宅新報社) ■「オンリーワン時代の不動産マネジメントビジネス～デフレ克服のキャッシュフロー管理～」(信田直昭 / 不動産マネジメントビジネス研究会 住宅新報社) ■「不動産経営管理業務出納・会計項目一覧及び解説 (2004.9)」(日本ビルディング協会連合会ほか) 		
成 績 評 価 の 方 法		
出席・平常点：50%，レポート：50%（課題：50 年後の日本が現状の停滞から抜け出し大きく飛躍するためには、不動産・ディベロッパー業界は今から何をすべきなのか？）		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
都市計画論		2単位	山村能郎
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>都市計画制度および地域計画制度は不動産市場・不動産価格に多大な影響を及ぼしている。都市計画制度は土地・不動産に対する規制の側面を有しているが、その根拠は不動産という財が相互に空間的な影響を及ぼしあう「外部性」に起因している。本講義では、都市計画制度の各論を解説するとともに、広く実施されている具体的な政策・計画と不動産価値との関係について議論する。また、家計や企業の価値観、行動が大きく変化する中でより各主体の意思を直接制度に反映させる仕組みである住民参加の制度などについてもそのプロセスや不動産価値との関連について考察する。</p>			
授業内容			
1	都市計画制度の背景	都市の発達と計画制度	
2	都市問題	景観問題、住環境問題など計画制度関連する課題について概観する	
3	都市計画制度(1)	全体計画の枠組み・立案、土地利用計画	
4	都市計画制度(2)	土地利用計画、交通計画	
5	都市計画制度(3)	環境計画、景観計画および各計画のための需要予測モデル	
6	都市計画制度(4)	計画の財源と法制度	
7	都市計画制度	土地利用規制(用途規制と形態規制)と不動産価格	
8	土地区画整理事業	土地区画整理事業のプロセスとその効果	
9	市街地再開発事業	市街地再開発事業とその効果	
10	開発利益の還元	都市計画事業の必要性和不動産価格への影響、キャピタルゲインの還元論について解説する。	
11	国土計画・地域計画	全国総合開発計画と関連事業・制度	
12	住民参加	住民参加の法制と仕組み、不動産価格への影響	
13	借地借家法	制度変更された借地借家法とそれに基づく事業制度、不動産価格との関係について解説する。	
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
特に指定しない。適宜、資料等を配布しながら講義を進める。			
参考書			
講義中に適宜紹介する。			
成績評価の方法			
(1) 出席(40%)			
(2) 報告・レポート(60%)			
その他			

科目名		単位	担当教員名
不動産私法・税制		2単位	村木信爾
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>不動産はわれわれの生活と活動の基盤であり、また企業にとって貴重な経営資源である。 本講義では、不動産に関する理解を深めるために、不動産の法律的側面のうち、おもに私法および税法に焦点を合わせて基本的な概念につき解説する。 不動産の基本的知識を持たない受講者にもわかりやすい講義を心掛けたい。</p>			
授 業 内 容			
1	不動産関連私法 (1)	不動産と法，民法総則，物権法，債権法の基礎 (1)	
2	不動産関連私法 (2)	民法総則，物権法，債権法の基礎 (2)，	
3	不動産関連私法 (3)	民法総則，物権法，債権法の基礎 (3)	
4	不動産関連私法 (4)	借地借家法，借地非訟事件等	
5	不動産関連私法 (5)	マンション法（建物区分所有法，建物管理委託契約等）	
6	不動産売買契約・不動産賃貸借契約	不動産売買契約，不動産賃貸借契約における典型的条項の検討	
7	租税関連不動産評価	相続税路線価による不動産評価等	
8	不動産の税 (1)	不動産に関する税，購入，売却時の税	
9	不動産の税 (2)	保有時の税，その評価	
10	不動産の税 (3)	借地権に関する税，その評価	
11	不動産の税 (4)	相続時の税，等価交換，事業承継時の税 他	
12	判例研究 (1)	不動産売買関連，借地借家法関連，境界線，私道の問題等	
13	判例研究 (2)	租税関連判決，裁決研究	
履修上の注意・準備学習の内容			
不動産に関して初心者でも基礎知識が得られるように配慮する。特に前提とする知識は要求しない。			
教 科 書			
特に指定せず随時プリント等を配布する。			
参 考 書			
「不動産の評価 権利調整と税務」鶴野和夫（清文社）テーマに応じて適宜授業にて紹介する。			
成 績 評 価 の 方 法			
(1) 出席 (30%) (2) 期末レポート等 (70%)			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
不動産投資論		2単位	山村能郎
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>REIT など証券化市場の登場で不動産投資，あるいは不動産保有の考え方そのものが，近年大きく変化しつつある。そのような環境変化の下，不動産投資にも金融投資と同様に，合理的な判断基準に基づく投資判断が求められている。</p> <p>本講義の目的は，投資対象としての不動産市場の概要と不動産投資基準および投資に伴うリスク分析についての理解を深めることにある。まずはじめに，不動産市場と他の金融市場との比較から不動産市場の特性について議論する。不動産のリスク分析として CAPM (Capital Asset Pricing Model) を中心にポートフォリオ理論におけるリスクの概念とリスクリターンを解説するとともに，不動産投資への適用方法について考察していく。また，不動産投資から生じるキャッシュフローの評価と税制など政策の影響分析とともに，IRR (Internal Rate of Return)，DCF (Discounted Cash Flow) 法，シミュレーション分析に基づくダイナミック DCF 法などの不動産価値の評価手法とその問題点について解説を加える。さらに，分譲事業と賃貸事業を対象に投資収益を最大化するような最適戦略について，事業収益と事業リスクを考慮に入れた投資の最適時点問題についても解説を行う。</p>			
授業内容			
1	不動産投資と不動産市場	不動産投資を行う目的，および他の金融資産との比較から不動産投資の特性を整理する。また，「不動産」を扱う様々な市場について概説する。	
2	不動産の価値と価格	不動産の保有から生じる収益に基づく不動産価値と市場での取引価格である不動産価格との違いについて解説する。	
3	投資の決定基準	収益性指標，安全性指標など不動産投資における投資決定基準の分類について解説する。	
4	DCF 分析 (1)	正味現在価値法や内部収益率法など不動産投資における DCF (Discount Cash Flow) 法の基本構造について解説する。	
5	DCF 分析 (2)	DCF 分析を適用した分析事例を採り上げ，DCF 法の理解を深める。	
6	ダイナミック DCF 分析 (1)	DCF 法の問題点について整理するとともに，DDCF (Dynamic Discount Cash Flow) 法の必要性および基本構造を解説する。	
7	ダイナミック DCF 分析 (2)	DCF 法との相違点を明確にした上で，DDCF 法を適用した分析事例を採り上げ，DDCF 法の理解を深める。	
8	投資リスクの分類	不動産投資におけるリスクを整理するとともにリスクマネジメントの方法について解説する。	
9	CAPM	CAPM (Capital Asset Pricing Model) について解説し，リスクとリターンの関連性について検証する。	
10	投資の最適時点	投資の最適時点問題について，決定論的アプローチに基づく離散型モデルによって，開発時点と不動産価格，不動産価格の時間経路について議論する。	

11	分譲事業の投資戦略	不動産分譲事業を対象に分譲事業による企業収益，ならびに事業リスクについて整理する。さらに，用地購入および分譲時期の最適戦略について考える。
12	賃貸事業の投資戦略	不動産賃貸事業を対象とした開発戦略について，事業リスクおよび最適開発時点などについて考察する。
13	不確実性下における投資戦略	投資時点の待機オプションなど不確実性下における投資を考える。
履修上の注意・準備学習の内容		
講義前に講義資料を配付するので，必ず講義までに内容を把握することが求められる。さらに，下記の参考図書をもとに各自で講義内容を自習することを強く勧める。		
教 科 書		
本講義では特に教科書を指定しない。適宜，講義用資料を配布し，それに基づき講義を進める。また，下記参考図書などを参考資料として使用する場合がある。		
参 考 書		
W.B. Brueggenman and J. D. Fisher, Real Estate Finance and Investment, McGraw-Hill/Irwin, 2002. D. Geltner and N. G. Miller, Commercial Real Estate Analysis and Investment, South-Western, 2001.		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 出席状況 (30%) (2) レポート (60%)		
そ の 他		
関連する応用ファイナンスに関する授業科目を履修することが望ましい。		

科目名		単位	担当教員名
プロパティ・マネジメント論		2単位	村 木 信 爾
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>バブル崩壊後、不動産証券化の普及に伴い、不動産の所有と経営の分離が現象として顕著になった。本講義では、Jリート等の資産運用を専門的に担うプロパティマネジメント、およびより広い概念で一般事業会社が保有する不動産のマネジメントを含むファシリティマネジメントについて概説する。これらは CRE 戦略においても重要な概念である。適宜ゲストスピーカーを迎える予定。</p>			
授 業 内 容			
1	概説 (1)	不動産事業環境の変化、アセットマネジメント、プロパティマネジメントの意義	
2	概説 (2)	リスクマネジメント、ライフサイクルマネジメント、プロパティマネージャーの役割等	
3	ビルメンテナンス	清掃、設備、保安警備、環境衛生業務等	
4	コンストラクションマネジメント	大・中規模修繕計画の策定、実施等	
5	リーシングマネジメント	テナント誘致、契約管理等	
6	ファシリティマネジメント (FM) 概説	意義、体系、統括マネジメント等	
7	FM 各論 (1)	FM 財務評価	
8	FM 各論 (2)	FM 品質評価、利用者満足度評価、FM 供給評価	
9	FM 各論 (3)	FM 戦略、プロジェクト管理、運営管理等	
10	(小演習)		
11	ゲストスピーカー		
12	アウトソーシング、	アウトソーシング、環境問題とのかかわり、グローバル企業の FM 等	
13	まとめ (今後の PM/FM)	CRE 戦略と PM, FM 等、サービス業としての PM, FM 業務のありかた等	
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
不動産に関して初心者でも基礎知識が得られるように配慮する。特に前提とする知識は要求しない。			
教 科 書			
特に指定せず随時プリント等を配布する。			
参 考 書			
『総解説ファシリティマネジメント』FM 推進連絡協議会編 日本経済新聞社 『総解説ファシリティマネジメント (追補版)』FM 推進連絡協議会編 日本経済新聞社 『不動産管理工学』石塚義高 清文社、その他適宜授業にて指定する。			
成 績 評 価 の 方 法			
(1) 出席 (30%) (2) 期末レポート等 (70%)			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
不動産鑑定評価Ⅰ		2単位	石塚輝夫
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>90年代初めのバブルの崩壊による不良債権問題に象徴されるように、不動産のあり方（不動産がどのように構成され、どのように貢献しているのかということ）が社会・経済に及ぼす影響は非常に大きいものがある。また、サブプライム問題が発端となり、世界経済が後退局面の状況に陥ったように不動産と人間との関わりは非常に重要な問題である。</p> <p>経済のグローバル化や国際的な投資ファンドによる不動産投資、企業のM & Aの潮流や不動産の流動化・証券化による不動産の金融商品化が進む状況において、不動産の鑑定評価の重要性はより一層高まっている。また、IFRS（国際会計基準）への対応を通じて鑑定評価制度自体も影響を受けつつある。</p> <p>このように、不動産の価格に対するニーズは多様化し増大傾向にある一方で、様々な価格情報が氾濫し、世の中を混乱させるケースも見受けられたため、国土交通省は「不動産鑑定士が不動産に関する価格等調査を行う場合の業務の目的と範囲等の確定及び成果報告書の記載事項に関するガイドライン」を制定し、平成22年1月からの実施を義務づけた。このような状況下において、不動産の基本的な知識を備えた不動産鑑定士に対する社会のニーズは非常に大きくなってきている。</p> <p>さて本講義では、「不動産鑑定評価基準」を中心に、不動産の鑑定評価に関して、実証的かつ理論的に解説を行い、不動産の鑑定評価とは何か、社会においてどのような役割を担っているのか、また、鑑定評価の手順・方法論等について講義する。不動産は、一般の諸財とは異なる特徴を有するため不動産の価格もまた一般諸財とは異なるいくつかの特徴を有するものであり、それ故不動産の鑑定評価が必要となる。</p> <p>本講義は、不動産関連事業の企業や一般企業の財務担当や経理担当の仕事を目指す人にとって有用な基礎知識となる。</p>			
授 業 内 容			
1	不動産の鑑定評価の意義	不動産の鑑定評価とは何か、社会における役割・意義等について、これまでの鑑定評価基準の改正及び各種ガイドライン制定の主旨等を踏まえて解説する。	
2	鑑定評価と公的評価	不動産の鑑定評価と各種公的評価（固定資産税評価、相続税評価、地価公示・地価調査）との関連について解説する。	
3	鑑定評価に関する基本的考察 / 不動産の種別及び類型	不動産とその価格の特徴や不動産鑑定士の責務等鑑定評価に関する基本的な考察を理解し、不動産の種別及び類型について解説する。	
4	不動産の価格形成要因及び価格に関する諸原則	不動産の価格を形成する要因について理解し、不動産の価格に関する諸原則について学習する。	
5	鑑定評価の基本的事項	鑑定評価の基本的事項すなわち対象不動産の確定、価格時点の確定及び求めるべき価格または賃料の種類等の確定等について学習する。	
6	地域分析及び個別分析	不動産の大きな特徴である「不動産の地域性」を表す地域の特性を分析する地域分析の意義とその適用を解説し、個別分析の意義とその適用について解説する。	
7	鑑定評価の方式(1)	不動産の価格を求める鑑定評価の3手法（積算法、取引事例比較法及び収益還元法）について解説する。	

8	鑑定評価の方式 (2)	不動産の賃料を求める鑑定評価の手法について、新規賃料を求める手法及び継続賃料を求める手法の別に解説する。
9	鑑定評価の手順及び鑑定評価報告書	鑑定評価を適切に行うための一連の手順について解説し、鑑定評価の成果を記載した鑑定評価報告書に関して、必要的記載事項を中心に学習する。
10	各論その1 (価格に関する鑑定評価)	価格に関する鑑定評価について、不動産の種類別にその概要を解説する。典型的な類型である「更地」または「自用の建物及びその敷地」を例題に取り上げて具体的に解説する。
11	各論その2 (賃料に関する鑑定評価)	賃料に関する鑑定評価について、宅地の賃料並びに建物及びその敷地の賃料の別にその概要を解説する。典型的な類型である「新規家賃」を例題に取り上げて具体的に解説する。
12	各論その3 (証券化不動産の価格に関する鑑定評価)	平成19年7月1日以降に施行された証券化不動産の価格に関する鑑定評価について、その概要を解説する。
13	鑑定評価と今日的な話題	企業のM & A、企業会計基準のコンバージェンス、土壌汚染地評価等今日的な話題と鑑定評価との関連について解説する。
履修上の注意・準備学習の内容		
特になし		
教 科 書		
特になし (授業時にレジュメを配布する予定)		
参 考 書		
特になし (授業時にレジュメを配布する予定)		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 30%		
(2) 最終レポート成績点 50%		
(3) 授業中での議論への参加 20%		
そ の 他		
特に必要な基礎知識はない。		

科目名		単位	担当教員名
不動産鑑定評価Ⅱ		2単位	奥田 かつ枝
開講区分	後期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>所有不動産の実態を把握し、その経済価値を分析・判断することが企業の経営戦略上、不可欠のものとなっている。一方で、不動産は個別性が極めて高い資産であり、価値評価にあたっては、個々の不動産に起因する各種の問題への対応が必要となる。</p> <p>本講義においては、不動産の経済価値を把握するための公的な基準として位置づけられている不動産鑑定評価基準を参考に、評価手法について解説を行うとともに、実務的に直面する様々な価値評価上の論点を取りあげ、不動産評価にかかる評価実務力を身につけることを目指す。社会経済の中で不動産の評価が求められる具体的局面について例をあげ、当該局面における鑑定評価の法的、実務的意義についてもとりあげる。</p>			
授業内容			
1	全体講義ガイダンス	不動産の経済価値を把握するにあたっての基本的考え方について概説。また、講義全体の概要及び鑑定評価制度について説明する。	
2	不動産の種別及び類型	不動産の種別及び類型にかかる基本について	
3	不動産の価格を形成する要因と不動産の価格に関する諸原則	不動産の価格形成要因が不動産の価格に与える影響と価格に関する諸原則の理解及び意見交換	
4	鑑定評価の基本的事項	評価にあたって基本的に確定すべき事項と条件設定にあたっての論点	
5	地域分析及び個別分析	不動産の市場分析に相当する地域分析及び個別分析のあり方について	
6	鑑定評価手法(1)原価法	不動産の価格を求める鑑定評価の手法のうち原価法について、手法の特性と、昨今の市場における位置づけにかかる論点	
7	鑑定評価手法(2)取引事例比較法	取引事例比較法について、その概要と、当該手法の考え方の他の評価手法への活用について	
8	鑑定評価手法(3)収益還元法	収益還元法について、その基本的概念と実務上の様々の論点について	
9	鑑定評価手法(4)収益還元法	評価ニーズと課題についての意見交換	
10	賃料を求める鑑定評価	賃料評価における基本的手法について	
11	市場環境の変化に対応する鑑定評価(1)	投資用不動産の評価、あるいは倒産法制における評価等市場環境に応じて必要とされる鑑定評価ニーズと評価の特性等について	
12	市場環境の変化に対応する鑑定評価(2)	前回とりあげたテーマに関し、実務上の問題としての指摘事項及びそれらの対応における論点について	
13	地価公示、地価調査、相続税路線価評価、固定資産税評価など	土地の取引にあたっての指標となる価格として、また課税上の評価額の基礎となる価格として、地価公示、地価調査、相続税路線価、固定資産税評価が行われている。これらにかかる評価概要について	

履修上の注意・準備学習の内容		
不動産にかかる実務経験は特に必要としないが、不動産にかかる基礎的知識のある者の受講が望ましい		
教	科	書
新・要説不動産鑑定評価基準 監修：(社)日本不動産鑑定協会 編著：調査研究委員会鑑定評価理論研究会 発行：(株)住宅新報社		
参	考	書
補助資料は、必要に応じ、授業において配布する		
成績評価の方法		
学期末のレポート（50%）、出席状況（30%）、授業への取り組み状況（20%）により評価を行う		
そ	の	他
特になし		

科目名		単位	担当教員名
空間経済分析		2単位	山村能郎
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>不動産市場の構造をミクロ経済学的な観点から解説する。市場メカニズムによって都市の中心部における不動産市場が密度が高く高度利用される理由や土地利用のメカニズムについて考察する。不動産の価格（地価やレント）は家計・企業などの競争の結果であり、その価格が都市の構造を規定していることを理解することが目的のひとつである。その構造を理解すれば、経済成長がもたらす不動産市場への影響、あるいは公共事業や土地利用規制などの政策が市場にもたらす影響をより深く理解することができる。</p>			
授業内容			
1	ミクロ経済的な視点	ミクロ経済学的な視点から不動産市場の参加者の行動を考える。	
2	効用最大化と不動産価値 (1)	家計や企業の行動様式からこれらの主体の不動産に対するbitprice（付け値）を考える。	
3	効用最大化と不動産価値 (2)	経済環境などの外的要因が変化した場合のbitpriceの変化について考察する。	
4	不動産の市場価格	各主体の不動産の付値価格と市場価格の関係について考察する。	
5	不動産価格と土地利用 (1)	不動産の価格と土地利用が同時決定されるメカニズムについて考察する。	
6	経済成長と不動産市場	経済成長によって企業利益や家計所得変化が不動産市場に与える影響について考察する。	
7	公共投資と不動産市場	公共投資や土地利用規制が不動産市場に与える影響について考察する。	
8	企業行動と不動産市場	企業立地と企業の不動産に対する付け値の関係について解説する。	
9	産業構造の変化と不動産市場	企業の土地利用形態の変化と不動産市場の変化について考える。	
10	都市集積と都市規模 (1)	大都市へ人・モノ・カネが集積する要因について考察する。	
11	都市集積と都市規模 (2)	都市に立地する企業や住民にとっての望ましい都市サイズについて理論的に考察する。	
12	都市集積と都市規模 (3)	現実の都市のサイズと望ましい都市サイズの差について考察する。	
13	都市政策	望ましい土地利用（都市空間）と都市規模を目指すための種々の政策について議論する。	
履修上の注意・準備学習の内容			
書籍、論文等の資料等適宜配布し、輪読することも予定している。			
教科書			
「都市と不動産の経済学」、Denise DiPasquale, William C. Wheaton, 創文社			

参 考 書
適宜, 紹介する。
成 績 評 価 の 方 法
(1) 出席状況 (40%) (2) 報告・レポート (60%)
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
不動産市場分析		2単位	山村能郎
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>不動産市場を都市・地域全体のマクロ的な観点から解説する。地域で集計化された不動産市場の指標を利用して、住宅市場あるいはオフィス市場における経済成長と不動産市場の循環、家計・企業といった経済主体と不動産との関係、住宅やオフィスの需要予測についてのモデル分析・方法を解説する。</p>			
授業内容			
1	マクロ的視点からみた不動産市場	個別の不動産ではなく集計化された不動産市場を概観する。	
2	不動産市場と金融制度	不動産市場と不動産金融の制度との関連について考察する。	
3	住宅市場	住宅市場の特性と傾向について理解する。	
4	住宅市場と景気変動(1)	住宅市場の循環メカニズムを説明するモデルを解説する。	
5	住宅市場と景気循環(2)	具体的な市場循環モデルをシミュレーションを通して、市場参加者の期待形成と市場の循環が連動していることを確認する。	
6	オフィス市場	オフィス市場の特性と傾向について説明する。	
7	オフィス市場と景気循環(1)	オフィス市場不動産市場の循環メカニズムを説明するモデルを解説する。	
8	オフィス市場と景気循環(2)	オフィス市場不動産市場の循環モデルとそれを用いた市場予測モデルを理解する。	
9	工業用不動産市場	工業用不動産市場の特性と傾向について説明する。	
10	工業用不動産市場の循環	工業用不動産市場の循環メカニズムを説明するモデルを解説する。	
11	政府・自治体と不動産市場	自治体などの公的部門が公共支出・規制によって直接・間接に不動産市場に与える影響について考える。	
12	開発規制と外部性	不動産の価格は近隣の不動産と相互に影響を与えているが、その外部性と自治体あるいは住民間で制定される開発規制と不動産価格との関係について解説する。	
13	不動産市場と不動産保有税	固定資産税などの不動産保有税と公的支出との関係、不動産市場との関係について考える。	
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>書籍、論文等の資料等適宜配布し、輪読することも予定している。「空間経済分析」を履修していることが望ましい(もちろん、履修していなくてもよい)。</p>			
教科書			
「都市と不動産の経済学」, Denise DiPasquale, William C. Wheaton, 創文社			
参考書			
適宜紹介する。			
成績評価の方法			
(1) 出席状況(40%), (2) 報告・レポート(60%)			
その他			

科目名		単位	担当教員名
不動産価格分析論		2単位	村木信爾
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講座は、不動産鑑定評価の基礎に加え、DCF法、統計分析の基礎など、受講者が不動産の投資価値を分析する際に使用するより具体的な不動産価格分析手法を身につけることを目指す。</p> <p>また後半は限定価格、共同ビル、賃料、借地権、底地等のやや難易度の高い評価や、事業評価と不動産評価（ホテル、商業施設）、環境配慮型不動産の価値などを取り上げる。適宜小演習を行う。</p>			
授業内容			
1	不動産評価概論，不動産評価の基礎理論，評価手法，		
2	不動産マクロ市場分析	不動産鑑定評価概説，需要面，供給面からのマーケット分析	
3	対象不動産の個別分析	対象不動産の個別的要因の分析，デューディリジェンス（土地建物の物的・法的・経済的調査）	
4	投資用不動産の価格分析（1）	原価法・取引事例比較法・開発法	
5	投資用不動産の価格分析（2）	収益還元法（直接還元法とDCF法）	
6	投資用不動産の価格分析（3）	直接還元法（小演習）	
7	ヘドニックアプローチ（1）	統計分析手法の基礎	
8	ヘドニックアプローチ（2）	価格形成要因の統計分析	
9	限定価格，共同ビル等（小演習）		
10	賃料，借地権，底地等		
11	賃料，借地権，底地等（小演習）		
12	環境関連不動産評価		
13	事業評価と不動産評価（ホテル，商業施設）		
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
特に指定せず随時プリント等を配布する。			
参考書			
テーマに応じて適宜授業にて紹介する。			
成績評価の方法			
(1) 出席（30%） (2) 討論への参加（20%） (3) 期末レポート等（50%）			
その他			

科目名		単位	担当教員名
不動産プロフェッショナルサービス論		2単位	村木 信 爾
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>バブル崩壊後の不良債権処理，不動産証券化の始まり，J-REIT の登場等，不動産を取り巻く劇的な環境変化により，不動産に関連するビジネスにおいても真のプロフェッショナルが求められる時代になった。</p> <p>不動産関係業務に携わるプロフェッショナルには，宅地建物取引主任者，不動産鑑定士，ファシリティマネージャー，土地家屋調査士，マンション管理士などの不動産関連の資格保有者のほか，不動産を扱う税理士，公認会計士，弁護士，中小企業診断士などの資格保有者も含まれると考えるが，専門資格はなくても企業，公共団体などの組織内において，CRE 戦略，PRE 戦略や不動産管理，売買等に携わる経営層，担当者も不動産プロフェッショナルの一員であるといえる。</p> <p>本講義では，これらの不動産プロフェッショナルを目指す人，あるいは不動産プロフェッショナルに業務を依頼する立場になる人を対象に，サービスの基礎から，求められる専門サービスのありかたについて，サービスマーケティングや専門職業家としての法的義務と責任等の観点から，具体例を交えながら議論することにした。</p>			
授 業 内 容			
1	総論	講義全体の概説，サービス概論	
2	サービス概論 (1)	サービスの性質，サービス品質，顧客価値，サービスリカバリー等	
3	サービス概論 (2)	同上	
4	プロフェッショナルサービス	プロフェッショナルサービスの特徴，分類	
5	不動産仲介（流通）サービス (1)	主に宅地建物取引主任者のプロフェッショナルサービスにつき，サービスマーケティングの観点と専門家責任の観点から議論する。	
6	不動産仲介（流通）サービス (2)	同上	
7	不動産評価，不動産管理，建築関係サービス等	主に不動産鑑定士，ファシリティマネージャーのプロフェッショナルサービスにつき，サービスマーケティング的観点と専門家責任の観点から議論する。	
8	中間発表会	中間のプレゼンテーション，ディスカッション	
9	税務・会計サービス・法務サービス	税理士，会計士，弁護士のサービスとは何か。主に税理士のプロフェッショナルサービスにつき，サービスマーケティングの観点と専門家責任の観点から議論する。	
10	組織内プロフェッショナル (1)	不動産に関連する業務に携わる組織内のプロフェッショナルのサービス等	
11	組織内プロフェッショナル (2)	同上	
12	最終課題発表会	最終課題のプレゼンテーション，ディスカッション	
13	最終課題発表会	同上	
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
特になし			

教 科 書		
特に指定せず。随時プリント等を配布。		
参 考 書		
『専門家責任訴訟法』（青林書院）川井，塩崎 随時指定		
成 績 評 価 の 方 法		
出席（20%） 討論への参加（20%） 期末レポート等（60%）		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
CRE（企業不動産）マネジメント		2単位	村木信爾
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>CRE マネジメント（CRE 戦略）とは、「企業の事業継続に用いる事業用不動産を、全社的経営戦略に沿って総合的、戦略的に再構築することによって、不動産の潜在価値を引き出し、企業価値の増大の実現を図るための戦略」である。言い換えれば、企業の事業用不動産や投資用不動産について、＜1＞全社的経営戦略、財務戦略、マーケティング戦略等との整合性を考え、＜2＞その戦略に適合するように売買、有効利用、ファイナンスなどの不動産ソリューションを実行し、＜3＞実際に利用、保有する不動産の管理、利用の合理性、効率性を高めること、である。CRE 戦略は経営戦略に付随していくものであり、企業は何らかの形でこれに関わっている。</p> <p>本講義は、各企業の経営者、財務担当者、不動産担当者等が、その保有する不動産を一つの経営資源として活用できるように、また不動産のプロフェッショナルが顧客である企業の経営層等に対して、経営の視点をもって不動産のコンサルティングができるように、その基礎知識を提供し、受講者が自ら所属する組織にとってのCRE 戦略を考えられるようになることを目指す。</p>			
授業内容			
1	CRE 戦略総論 1	CRE 戦略導入が求められる背景、CRE マネジメントの全体像	
2	CRE 戦略総論 2	CRE に関わる不動産分析、先進事例（PRE 戦略概説）	
3	経営戦略レベルの CRE 戦略 1	財務・会計関係、内部統制、CSR	
4	経営戦略レベルの CRE 戦略 2	経営情報システム、組織体制など	
5	経営戦略レベルの CRE 戦略 3	人材育成、アウトソーシング、立地戦略	
6	ケース・スタディ 1	財務分析ケース	
7	不動産ソリューションレベルの CRE 戦略 1	不動産評価概説（総合ケースの説明）	
8	不動産ソリューションレベルの CRE 戦略 2	開発、有効利用、売買等（事業相続承継 - 個人企業のCRE 戦略、共同ビル事業等）	
9	管理、利用レベルの CRE 戦略 1	プロパティマネジメント、ファシリティマネジメントと CRE 戦略（管理に関する財務分析、ワークプレイスマネジメント、環境関連マネジメント等）	
10	管理、利用レベルの CRE 戦略 2	同上	
11	ケース・スタディ 2	総合ケース（発表会・ディスカッション）	
12	ケース・スタディ 3	同上	
13	CRE 戦略従事者のためのサービスマーケティング	サービスベンダー（アドバイザー、IT ベンダー、不動産仲介業者等）のためのサービスマーケティング	
履修上の注意・準備学習の内容			
不動産以外の分野を専攻する人にとってもその専攻分野と不動産との接点となる授業。			
教科書			
特に指定せず随時プリント等を配布する。			

参 考 書
<ul style="list-style-type: none"> ・「CRE 戦略実践のために ガイドラインとてびき」合理的な CRE 戦略の推進に関する研究会(住宅新報社) ・「CRE 戦略と企業経営」CRE 研究会 (東洋経済新報社) ・「ケースでわかる 実践 CRE 戦略」(森平爽一郎 / 日本土地建物株式会社)
成 績 評 価 の 方 法
<ul style="list-style-type: none"> (1) 出席 (30%) (2) 討論への参加 (20%) (3) 期末レポート等 (50%)
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
不動産価値評価の諸問題		2単位	村木信爾
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>不動産の評価にはオフィスや住宅の典型的な不動産の価格、賃料の評価のほか、以下のテーマのような単純に評価するのが困難なものがある。</p> <p>本講義では、このようなテーマについての課題を認識し、解決策を検討することにより、受講者がどのような不動産、権利についてもその価値、価格を評価できるよう道筋をつけることを目指す。</p>			
授業内容			
1	不動産鑑定評価の基礎	不動産鑑定評価基準（証券化対象不動産の評価を含む）、最近の鑑定評価業界の動き	
2	公的評価	税務関係評価、競売評価、公共用地取得、補償	
3	事業用不動産の評価	ホテル、商業施設、物流施設、ゴルフ場等	
4	借地権、借家権、底地(1)	借地借家法概説、借地権割合と底地割合	
5	借地権、借家権、底地(2)	更新料、建替え承諾料等、定期借地権、その底地	
6	地代・家賃	継続賃料に係る課題	
7	担保評価	担保評価の留意点（金融検査マニュアルとの関係等）	
8	特殊な画地の評価(1)	不整形地、過大画地、高架下地、農地等	
9	特殊な画地の評価(2)	同上	
10	特殊な権利の評価(1)	区分地上権、土地使用借権、空中権等	
11	特殊な権利の評価(2)	同上	
12	環境不動産と土壌汚染地の評価	環境付加価値不動産の評価、土壌汚染調査の概要と土壌汚染地の評価	
13	不動産評価のグローバル化	RICS 評価基準、USPAP 等（国際会計基準の影響等）	
履修上の注意・準備学習の内容			
不動産鑑定評価の基礎につきある程度学習済、あるいは学習予定の人が望ましい。			
教科書			
特に指定せず随時プリント等を配布する。			
参考書			
「不動産の評価 権利調整と税務」鶴野和夫（清文社） その他適宜授業にて紹介する。			
成績評価の方法			
(1) 出席（30%） (2) 討論への参加（20%） (3) 期末レポート等（50%）			
その他			

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディ（リアルエステート）		2単位	深井聡明
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講義は、「不動産ファイナンス入門・基礎講義」と「不動産投資のケーススタディ」の2部構成をとり、「不動産ビジネスに必要な最低限の知識」を身に付けることを目的とする。</p> <p>第1回から5回までの講義では、まず、初心者でも段階的に知識を習得できるよう、「ファイナンス」や「不動産投資」の基礎的な講義を中心に行う。適宜、演習問題を行うが、あらかじめサンプルを配布することにより、理解のサポートを行う。不動産私募ファンド、REITなどの最新情報も講義する。</p> <p>第6回から第12回目までは、オリジナルのケーススタディを行う。ケーススタディは、「ケースのレジюме」及び「エクセルファイル」をあらかじめ配布する。受講者は、事前に配布されたケースを読み、「キャッシュフロー分析」を行う。</p> <p>ケーススタディの内容は、アメリカのケーススタディを参考に、日本の不動産実情に基づいて、本社ビルのセール&リースバック、貸しビルなど、実際の不動産取引に近いものを検討する。</p> <p>クラスディスカッションでは、担当教員だけでなく、バックグラウンドの異なる受講生のさまざまな考え方の意見交換を行うことにより、「多角的な見方」で検討する。</p> <p>第13回目の最終講義では補修及び期末レポートの解説を行う。</p>			
授 業 内 容			
1	ファイナンス（基礎1）	不動産キャッシュフロー入門・基礎の講義	
2	ファイナンス（基礎2）	DCF法の講義	
3	ファイナンス（基礎3）	投資採算分析、内部収益率（IRR）の講義	
4	ファイナンス（基礎4）	ノンリコースローン、LTV、レバレッジ効果の講義	
5	ファイナンス（基礎5）	不動産証券化、REITの講義	
6	貸ビル（case1）	事務所ビルに投資する場合のケーススタディ（複数テナントビルはどのように分析し投資するのか検討）	
7	商業施設（case2）	商業施設に投資する場合のケーススタディ（特殊性が強い商業施設はどのように分析し投資するのか検討）	
8	本社ビル（case3）	本社ビルのセール&リースバックのケーススタディ（不動産のオフバランス戦略を財務的観点からも検討）	
9	開発物件（case4）	不動産開発地に投資する場合のケーススタディ（開発物件の特性を検討）	
10	隣地買収（case5）	隣地買収する場合のケーススタディ（隣地を高くても買うべき根拠を検討）	
11	借地権（case6）	借地権付建物に投資する場合のケーススタディ（借地権が付くとなぜリスクプレミアムが付くのか検討）	
12	底地（case7）	借地権が付いた土地所有権（底地）への投資のケーススタディ（なぜ底地は流動性が低いのか検討）	
13	総合演習	補修及び総合的な演習を行う	
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>不動産及びファイナンスの知識の有無は履修要件としない。ただし、エクセルを使ってケーススタディを行うため、エクセルの基本的な操作が出来ること。</p>			

教 科 書
とくに指定はない。オリジナル資料を配布する。
参 考 書
(1) 深井聡明「商業施設評価と不動産ファイナンス」(住宅新報社) (2) 三菱 UFJ 信託銀行不動産コンサルティング部「不動産投資リスクの基礎知識」(日経 BP 社)
成 績 評 価 の 方 法
(1) 授業出席及び授業中の議論参加 30% (2) ケーススタディ・レポート 40% (3) 期末レポート 30%
そ の 他
ケーススタディは、不動産ファイナンスの理論的な知識だけでなく、担当教員の実務上の経験則、不動産の最新トレンドや具体的なトピックを織り交ぜながら講義する予定である。

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディ（リアルエステート）		2単位	村 木 信 爾
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>「CRE 戦略（コーポレート・リアルエステート・マネジメント）」、「PRE 戦略（パブリック・リアルエステート・マネジメント）」、「まちづくり」「中心市街地活性化」における課題として共通しているのは、＜1＞経営戦略と不動産保有の整合性、＜2＞売買、有効利用、不動産ファイナンスなど不動産に関するニーズのソリューション、および＜3＞保有することが決まった不動産の管理の効率性や職場としての快適性などである。</p> <p>本講座においては、これらのテーマに関する事例研究やケース作成により、組織と不動産の関係のあり方についての理解を深める。</p>			
授 業 内 容			
1	CRE 戦略 (1)	CRE 戦略概説 財務、会計、内部統制、IT 関係などのケーススタディ	
2	CRE 戦略 (2)	同上（課題）	
3	PRE 戦略 (1)	概説、ケーススタディ	
4	街づくり等 (1)	街づくり、中心市街地活性化等のケーススタディ	
5	CRE 戦略 (3)	ファシリティマネジメントのケーススタディ	
6	中間発表会	ケース発表会	
7	同上		
8	PRE 戦略 (2)	PRE 戦略のケーススタディ	
9	街づくり等 (2)		
10	PRE 戦略 (3)		
11	ゲストスピーカー		
12	最終発表会		
13	最終発表会		
履修上の注意・準備学習の内容			
教 科 書			
特に指定せず随時プリント等を配布する。			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
(1) 出席 (20%)			
(2) 討論への参加 (30%)			
(3) 発表内容、レポート等 (50%)			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
経営戦略Ⅰ		2単位	大月博司
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>グローバル化やネットワーク化が進展し、企業間の競争はますます激化している。そうした中で企業が生き残るために、競争戦略や経営戦略といった戦略の重要性がますます認識され、ビジネスの世界ではあたかも戦略論ブームの様相である。本講義では、こうした時代背景をふまえながら、単なる流行現象としての経営戦略論ではなく、実践にも通じる戦略の本質を捉える経営戦略論の展開を目的とする。そのために、戦略論の基本的モデルを理解しながら、さまざま戦略の策定や実施という現象の分析を通じて明らかになってきた戦略のロジック探求が学習の焦点となる。</p>			
授業内容			
1	戦略とは何か、なぜ戦略のロジックが求められるのか	戦略というコンセプトがビジネスにおいて重要になってきた背景を探るとともに、戦略の本質を多面的に学習する。すばらしい戦略を策定しても上手くいくとは限らないのはなぜなのだろうか。戦略のロジックを知らないと戦略は単なる絵に描いた餅になってしまうことを理解する。	
2	PPM	戦略の理論的モデルの構築とその実践的適応可能性を示唆し、戦略論ブームの火付け役をはたしたPPMについて事例研究に依拠しながら理解する。	
3	環境・業績分析	SWOT分析におけるOTに焦点をあて、戦略策定をする際に環境分析がなぜ重要なのかについて検討する。そして、戦略を考える際の業績問題について理解を深める。	
4	M.ポーター・モデル	競争戦略論の発展に大きな影響を与えたのはなぜかという点に着目し、5つの競争要因モデルや価値連鎖といった新しいコンセプトを創出して、戦略論の研究を飛躍的に発展させたポーター・モデルについて学習する。	
5	経営資源・能力分析	SWOT分析におけるSWに焦点をあて、競争優位性を確保するのに経営資源・能力分析がなぜ重要なのかについて検討する。	
6	J.バーニー・モデル	競争優位性を持続的に確保するには、ポーター流の戦略では不十分だというバーニー・モデルについてVRIO分析を中心に学習する。	
7	多様な戦略モデル	ポーター流のポジション学派やバーニー流の資源ベース学派など、ますます多様化してきた戦略モデルについてその動向を明らかにする。	
8	垂直統合戦略	これまでの学習をベースに、垂直的統合戦略について理論的な研究と事例研究を行い、戦略の理論と実践の関係について考える。	
9	コスト・リーダーシップ戦略	もっとも身近に見られるコスト・リーダーシップ戦略について、理論的な研究と事例研究を行い、戦略の理論と実践の関係について理解する。	

10	製品差別化戦略	製品差別化戦略がなぜ必要となってくるのか、その限界はどこにあるかなどについて、事例を取り上げながら、戦略のロジックを明らかにする。
11	多角化戦略・戦略的提携	全社レベルの戦略である技術提携やアウトソーシングなど、戦略的提携のあり方と多角化戦略について、コスト戦略や差別化戦略のロジックが使えるかを検討する。
12	戦略的経営	策定された戦略が実現できるかどうかは、その戦略を実施する組織に依存する。そこで、単なる戦略と組織の関係性を越えた戦略的組織モデルの可能性について考える。
13	総まとめテスト	
履修上の注意・準備学習の内容		
予習を前提とした質疑応答中心の授業展開なので、必ず予習をして授業に参加すること。		
教科書		
J.バーニー『企業戦略論』(上・中・下)ダイヤモンド社, 2003年		
参考書		
M.ポーター『競争戦略論<1>』ダイヤモンド社, 1999年 楠木 建『ストーリーとしての競争戦略——優れた戦略の条件——』東洋経済新報社, 2010年 ハーバード・ビジネス・スクール『ケース・スタディ 日本企業事例集』ダイヤモンド社, 2010年		
成績評価の方法		
(1) 出席 (25%) (2) 討論への参加度 (クイズ含む) (25%) (3) テスト (50%) (受験資格は3分の2以上の出席)		
その他		

科目名		単位	担当教員名
経営戦略Ⅱ		2単位	青井倫一
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>この科目では市場における競争に分析の焦点を当てる。これまでの競争戦略の考え方の枠組みについて、産業組織論、マーケティング、ゲーム理論などの諸分野からの競争戦略への貢献を整理する。そして現在の日本での企業の直面する“競争”への対応を検討する。</p> <p>また、競争とともに、協調という考え方も重要なので、“競争と協調”のマネジメントについても触れていく。</p> <p>注意すべきことは、現在の競争戦略への関心はそんなに古いものでない、したがってこれからの20年を考えれば、どのような競争戦略の概念が適切かも議論したい。</p> <p>履修者は、現在の競争のルールのもとで、どのようにして有効な競争戦略をデザインするかという視点と、競争ルール自体の“競争”にどう対応するべきかという視点、この2つの視点を常に考える能力を身に着けることを目標とする。</p>			
授業内容			
1	戦略思考の歴史	米国のビジネススクールにおける、戦略という概念・科目の展開を“歴史的”に振り返り、なぜ、そのような“戦略という製品”への需要、供給サイドの分析を行う。	
2	競争戦略へのニーズ	履修者の実務経験から“競争戦略”という考え方に對しどのようなニーズが存在するのか、またどのような領域のニーズが満たされていないかを議論する。	
3	産業組織論から展開する競争戦略	ポーターに代表される1980年代の競争戦略の有効性と限界を討議する。	
4	マーケティングの視点から見た競争戦略	コトラー・嶋口に代表される、競争地位に応じた競争戦略の有効性を吟味する。	
5	コアコンピタンスから見た競争戦略	経営資源というストック変数を重視する立場からの競争戦略の展開を検討する。	
6	コミットメントと競争優位性	ゲマワットの提唱するコミットメント（シェリングが米国で使い始めた概念）と競争優位性について検討し、時間軸の上での競争戦略について討議する。	
7	ゲーム理論からの示唆1	非協力ゲーム、協力ゲームという分野での研究の成果を競争戦略の領域にどう活用できるかを模索する。	
8	ゲーム理論からの示唆2	実際の競争状況をどのようにしてゲーム理論の次元で表現できるか、そしてそこで得られた“解”を実際の戦略デザインにどう転用できるかを考える。	
9	競争と協調のマネジメント	協力ゲーム理論に基づくA. ブランデンバーガーらの“コーペティション経営”を理解して、競争概念とともに補完という概念をどう活用するかを考える。	
10	ダイナミック戦略論	時間軸のうえでの競争という視点に立って、資源の蓄積と有効活用という2大目標を視野に入れた競争を考える。	

11	競争とイノベーション	既存の戦略とは異なる戦略デザインで成功している市場戦略をスライウオツキーなどの分析から、デマンドイノベーションとして展開する。
12	エコシステムと競争戦略	企業間の競争関係を、エコシステムの一部として再定式化することによって競争戦略の新しい裾野を模索する。
13	将来の競争戦略はどうか？	1～12の議論を踏まえて、これから10年の競争戦略の基本がどうかを議論する。
履修上の注意・準備学習の内容		
講義もあるが、原則は討議を基本とするので積極的な準備と発言が必須である。		
教 科 書		
参 考 書		
参考書は授業の展開に応じて指示する。		
成 績 評 価 の 方 法		
クラス参加 20% クラス討議貢献度 40% レポート 40%		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
経営戦略Ⅲ		2単位	青井倫一
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>事業環境の変化が加速する中で企業は自社の事業の競争優位性を確立させるための戦略を遂行するとともに、矛盾するようだが次のステージにおける新しい事業戦略のビジネスモデルをデザインしなければならない。ひとつのビジネスモデルへの投資で10年間リターンを期待できるような状況は期待しても確率的には非常に低いと判断できる。ビジネスモデルの“破壊と創造”ということは容易だが、実際に実行するためには、事業モデルのデザインという作業と成功してきたモデルを“捨てる”というトップマネジメントのリーダーシップが必要条件と考えている。</p> <p>この科目では、競争優位性の源泉とは何か、事業モデルのデザインをどうすべきか、そして事業モデルの再構築のマネジメントをどう進めるべきかを、討議・講義、そしてケース討議を通じて考える。</p> <p>将来において事業モデルの再デザインを精神的に“スムーズ”にできるよう、履修者自身の中にそのような資質を見出すようにもっていく。</p>			
授 業 内 容			
1	環境変化と企業 ・事業戦略課題の推移	企業・事業の環境が推移すれば、当然のことながら企業が直面する経営課題の優先順位は変化する。戦後の環境変化を踏まえて経営課題がどのように推移してきたかを分析することによって、これからの日本企業の経営課題を抽出する。	
2	競争優位性の源泉1	競争優位性とは何かを、ポーター・バーニー・ケイ・ゲマワットなどのフレームワークを通じて考える。そしてそれらの応用として日本企業の優位性の源泉とは、あるとしたら何かを討議する。	
3	競争優位性の源泉2	2回につづいての討議。個々の日本企業について分析する。	
4	事業再構築とトップの事業デザイン1	事業再構築のプロセスを日本ゼオンという会社とトップの中野社長の意思決定を軸に考察する。	
5	事業再構築とトップの事業デザイン2	エプソンの企業戦略の再構築を花岡社長の視点で考察し、次の社長である碓井社長の直面する経営課題が何であるかを討議する。	
6	事業再構築とトップの事業デザイン3	パナソニックにおける中村社長の“破壊と創造”のプロセスをマネジメントコントロールシステムの変革という視点で議論する。	
7	事業の再構築とトップの事業デザイン4	星野リゾートの成長過程と直面する経営課題を、星野社長の追求するビジネスモデルの視点で検討する。	
8	事業の再構築とトップの事業デザイン5	ラグジュアリーブランドをマネジするグッチ社の事業再構築のプロセスを分析して、企業の競争優位性とマルチブランドの概念の関係を討議する。	
9	事業の再構築とトップの事業デザイン6	1～5の討議分析における共通点が何かを抽出する	
10	事業デザインの演習	履修者は各自選択した企業・事業の現在の戦略を描き、それをどう再デザインすべきかを演習問題として行う。	

11	事業デザインの演習	履修者は各自選択した企業・事業の現在の戦略を描き，それをどう再デザインすべきかを演習問題として行う。
12	事業デザインの演習	履修者は各自選択した企業・事業の現在の戦略を描き，それをどう再デザインすべきかを演習問題として行う。
13	事業デザインの演習	履修者は各自選択した企業・事業の現在の戦略を描き，それをどう再デザインすべきかを演習問題として行う。
履修上の注意・準備学習の内容		
経営戦略Ⅰ，Ⅱを履修することが望ましい。		
教 科 書		
参 考 書		
参考書は授業の展開に応じて指示する。		
成 績 評 価 の 方 法		
クラス参加 20% クラス討議貢献度 40% レポート 40%		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
戦略マネジメント		2単位	歌代 豊
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本授業のテーマは「戦略の創造と実行をいかにマネジメントするか」であり、そのための理論、フレームワークを学び、マネジメント・システム（経営管理制度）、組織能力のあり方を検討する。したがって、経営戦略、組織論、マネジメント・コントロール等と密接に関連する領域である。</p> <p>経営戦略論では、ポーターらによるポジショニング・アプローチが一世を風靡したが、その後新たな戦略論としてプロセス型戦略論、リソース・バースト・ビュー（RBV）等が注目されてきた。その転換の契機の一つとして、1980年代における日本型経営システムの台頭が指摘できる。戦略の創造と実行は車の両輪であり、そのような認識のもと米国企業では1990年代以降経営革新が加速され、多くの成果がもたらされた。これに対して、日本企業では戦略自体に対する認識が必ずしも十分ではなく、戦略の創造と実行のマネジメントが多くの企業で重要な課題になっている。</p> <p>そこで、本科目では、戦略の創造と実行の整合を図るためのプロセスと仕組みを学ぶことにする。具体的には、戦略創造においてはポジショニング・アプローチとRBVの両視点から戦略課題を浮き彫りにし、戦略の実行においてはプロセス型戦略論を踏まえつつバランス・スコアカードをベースに戦略の展開とメンテナンスを行うマネジメント・システムのあり方を検討する。</p>			
授業内容			
1	戦略とマネジメント	戦略マネジメントを検討する上で必要となる理論、基礎概念、そして戦略の創造と実行のマネジメントの全体プロセスを把握する。	
2 4	事業環境分析	<p>(1) 外部環境分析 外部環境分析の必要性と考え方を理解し、マクロ環境分析（PEST分析）、ミクロ環境分析（5つの競争要因等）を学ぶ。</p> <p>(2) 内部資源分析 内部資源分析の必要性と考え方を理解し、7S、価値連鎖分析、VRIO等のフレームワーク、手法を学ぶ。</p>	
5	SWOT分析と戦略課題の抽出と評価	<p>外部環境分析と内部資源分析によって得られる機会と脅威、強みと弱みを突き合わせ、対応すべき戦略課題抽出の考え方を学ぶ。</p> <p>また、事業の基本戦略の観点から、戦略課題の効果とリスク、そして戦略課題間の連関を評価し、戦略の体系化を検討する。</p>	
6	戦略のセオリー	抽出された戦略課題オプションを方向付ける規範を与えるのが、戦略のセオリーである。ポーターの基本戦略、トレーシー&ウィアセーマの価値提案等を学ぶ。	
7	戦略課題抽出とそのプロセスに関する討議	これまでに学んだ点を事例について検討し、討議を通じて理解を深める。	
8	バランススコアカード（BSC）概論	戦略の展開と実行の基本システムであるバランススコアカード（BSC）の概要を学ぶ。	
9	戦略セオリーのテンプレート	BSCでは戦略マップにより戦略のロジックを具体化する。既出の戦略セオリー別に戦略ロジックのテンプレートを題材に、顧客価値—業務プロセス—無形資産の関係を検討する。	

10	戦略課題のカスケードとプロジェクト指向 BSC	BSC ではスコアカードのカスケードにより戦略課題を展開する。 一般的なカスケードの問題を議論し、プロジェクト指向のカスケードの考え方を検討する。
11	モニタリングと戦略実行管理	BSC では戦略実行において KPI に基づくモニタリングを行う。 モニタリングの戦略マネジメントにおける役割を検討する。
12	マネジメント・システムと組織能力の課題と展望	本授業のポイントを整理するとともに、戦略マネジメントの観点から今後のマネジメント・システム（経営管理制度）、組織能力のあり方を展望する。
13	戦略の展開と実行マネジメントに関する討議	これまでに学んだ点を具体例について適用し、討議を通じて理解を深める。 ※授業の進展状況により、順序・時間配分を変更することがある。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
レクチャーが基本であるが、討議等では積極的な貢献を求める。		
教 科 書		
教科書は用いない。講義資料に基づいて授業を行う。		
参 考 書		
下記に加え、授業の中で適宜参考図書を推薦する。 <ul style="list-style-type: none"> ・キャプラン&ノートン（櫻井通晴監訳）『戦略バランスト・スコアカード』東洋経済新報社，2001年。 ・キャプラン&ノートン（櫻井通晴監訳）『戦略マップ』ランダムハウス講談社，2005年。 ・小原重信・浅田孝幸・鈴木研一編『プロジェクト・バランス・スコアカード』生産性出版，2004年。 ・バランススコアカードフォーラム編『バランス・スコアカード経営実践マニュアルー効果が上がる BSC プロジェクトの進め方』中央経済社，2004年。 		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) レポート（2回）（50%） (2) 授業への貢献（出席・討議・プレゼン等）（50%）		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
マネジリアル・エコノミクス		2単位	青井倫一
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
この科目では、情報と論理的思考を駆使して経営課題の解決や意思決定の質を高める方法について検討する。具体的には、合理的な意思決定の方法としてのデシジョンツリー分析、不確実性を評価する統計・確率の分野の経営への応用、不確実性を見る形にするシミュレーション手法など、マネジャーの決める能力を磨く定量的手法を会得することを目標にしている			
授業内容			
1	決めるということ	羽生の“決断力”と赤瀬川の“優柔不断の勧め”を対比しながら、決めるということがどのようなことかを考える。これまでは“知る”ということが重要視されたが、これからは“決める能力”の相対的地位は高まると判断できる。	
2	不確実性の評価	“知らない”ということをどのようにして表現するべきかに対しては“確率分布”と答える。では、どのようにして確率分布を“決め”，経営において確率分布をいかに活用していくべきかを講義する。	
3	デシジョンツリー分析 初歩	不確実性のもとでの意思決定のツールとしてのデシジョンツリー分析の入門的解説を行う。	
4	最終値の評価：複数の目標間のトレードオフ分析	評価項目が複数存在する際に、どのようなトレードオフ分析を意思決定者がおこなうべきかについて考察する。	
5	選好曲線という概念	リスクという感覚に対応するために選好曲線という概念がある。この概念について解説する。経済学では期待効用仮説として紹介されている。	
6	設備投資意思決定	設備投資の意思決定へのデシジョンツリー分析の応用を試みる。	
7	情報の価値，コスト，量	不確実性に関する情報について量，コスト，価値という視点からデシジョンツリー分析の枠組みで展開する。	
8	シミュレーション手法1	シミュレーションという手法の利点・欠点を理解する。	
9	シミュレーション手法2	シミュレーション手法の応用例を経営意思決定の視点から評価する。	
10	予測ということ1：現状	先を知りたいのはなぜか，また日本の企業ではこの20年で調査部（課）の存在価値がなぜ低下したのか，経済のマクロ予測がなぜ世間の関心を聞かないのかを吟味する。	
11	予測ということ2：価値	予測という行為の，企業の意思決定への付加価値がどのようなものかを講師を招いて討議する。	
12	予測ということ3：能力	予測という能力がどの程度世界的に進んでいるのかを専門家を招いて討議する。	
13	新製品導入の意思決定	需要・競争の不確実性に対してどのような意思決定をするべきか，またどのような定量的手法に重きを置くべきかを検討・議論する。	

履修上の注意・準備学習の内容		
マネジリアル・エコノミックス（演習）の履修を必須とする。		
教 科 書		
参 考 書		
「政策分析入門」ゼックハウザーその他著，勁草書房		
成 績 評 価 の 方 法		
クラス参加 20% クラス討議貢献度 40% レポート 40%		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
マネジリアル・エコノミックス (演習)		2単位	青井倫一
開講区分	前期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>この科目では、マネジリアル・エコノミックスという科目に対応して、デシジョンツリー分析、シミュレーション手法の経営意思決定に活用する能力を会得するためのケース分析を通じた実習科目である。</p> <p>したがって履修者は授業の前に各自で意思決定の結論を出し、その理由を他人にコミュニケーションできるように準備しなければならない。使用されるケースはどのような分野を対象にしているかによって段階的に位置づけられているので授業の参加は継続的であることを強く希望する。履修者の分析に対する助言を重視するためシラバスどおりに行くかは“不確実”である。</p>			
授業内容			
1	デシジョンツリー入門	使用ケース	ウオーレン不動産会社
2	デシジョンツリー分析の基本	使用ケース	ウエストン製造会社
3	非金銭的な価値の評価	使用ケース	エドガータウン漁業会社 (A)
4	リスクの分析	使用ケース	ナショナルマシーン (A)
5	完全情報の価値	使用ケース	同上
6	不完全情報の価値	使用ケース	コンソリデテッド コンストラクション
7	シミュレーション手法と価格選択	使用ケース	RON化粧品せっけん
8	シミュレーション手法と保険プログラム選択	使用ケース	マーシュ&マクレナン
9	デシジョンツリー分析の経営課題への応用1	履修者の直面する課題への応用演習	
10	デシジョンツリー分析の経営課題への応用2	9. の続き	
11	シミュレーション手法の経営課題への応用	履修者の直面する経営課題への応用演習	
12	総合演習	競争分析と需要分析の統合：使用ケース アメリカングローサリー	
13	デシジョンツリー・シミュレーション分析の限界	定量分析への履修者の不信を、定量的に討議する。	
履修上の注意・準備学習の内容			
マネジリアル・エコノミックスの履修を必須とする。			
教科書			
参考書			
授業の進行に応じて指示する			
成績評価の方法			
クラス参加 50%, クラス貢献 50%			
その他			

科目名		単位	担当教員名
ファミリービジネス		2単位	青井倫一
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ファミリービジネスに対する関心はリーマンショック以来米国で高まりつつある。また欧州では伝統的にファミリービジネスの経営についての分析は盛んであった。</p> <p>日本では長寿企業という視点にファミリービジネスへの関心が集中しすぎである。</p> <p>この科目では、“長寿”、“robust”という側面に焦点を当てるとともに、ファミリービジネスにおける事業承継マネジメントに重点を置く。欧米では、経営・所有・家族という3次元におけるパワーの承継と考えるが、日本企業において事業承継というプロセスの課題を履修者と分析・討議する。</p>			
授業内容			
1	長寿企業とは？	何百年同じファミリーの経営のもとで続いている企業について、企業・ファミリーの2つの軸からその理由を考察する。	
2	robust経営の追求	環境変化に敏感な組織という概念から距離を置いて、環境に良い意味で“鈍感”経営の価値を検討する。“ぶれない”とはどのようなことか、それは現状維持バイアスではないのかを考える。	
3	事業承継マネジメントの枠組	事業承継のプロセスで生起するマネジメント課題を、企業・ファミリーの2次元で考察する。	
4	事業承継のケース 分析1	ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。	
5	事業承継のケース分析2	ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。	
6	事業承継のケース分析3	ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。	
7	事業承継のケース分析4	ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。	
8	事業承継のケース分析5	ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。	
9	事業承継のケース分析6	ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。	
10	ファミリーオフィスという概念	ファミリーオフィスという概念、そしてそのような組織のファミリービジネスへの付加価値を検討する（外部から講師を招く予定）。	
11	社会的側面1：養子という制度	養子という制度に関して、その有効性をグループで分析して討議する。	
12	社会的側面2：番頭の功罪	番頭というファミリーにロイヤルなプロフェッショナルマネジャーの日本企業での位置を分析する。	
13	ファミリービジネスとは	ファミリービジネスの経営者（所有者）を招いて講演・討議を行うことによってこの科目のまとめを行う。	

履修上の注意・準備学習の内容
学習において自分自身が親, もしくは子として意識を持って取り組むことを強く希望。
教 科 書
参 考 書
参考書は授業の展開に応じて指示する。
成 績 評 価 の 方 法
クラス参加 20% クラス討議貢献度 40% レポート 40%
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
交渉分析		2単位	青井倫一
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>利害が相互依存的な状況は多く存在している。パワーによる解決もあれば、市場という解決もある。裁判・慣習というのも有効な解決方法であろう。</p> <p>この科目においては“交渉”という“技法”によって相互依存的状況の効率的な解決方法について、実際の交渉ゲームに参加することにより、履修者の交渉というプロセスへの理解を深めるとともに、交渉に臨む人々への有効な助言をする能力を養う。また、公平という視点もこれから重要になるので、効率的対公平性という次元で、裁定・仲裁の問題を研究する。</p>			
授 業 内 容			
1	交渉における“情報の非対称性”	交渉ゲームを観察することにより、情報の対称性と非対称性の違いが交渉戦略にどのような影響を与えるのかを実感・考察する。	
2	相互依存的意思決定：ゲーム理論の応用	規範的な相互依存的意思決定ということ、をマトリクス・ゲームという簡単な情報の対称なゲームで学ぶ。またゲーム理論における均衡という概念の有効性を検討する。	
3	行動経済学の示唆	実験心理学の分野において成果が出ている、“不確実性の下で人々はどのような意思決定をしているか”というアプローチが交渉分析においてどのような示唆を提供するかを考える。	
4	デジジョンツリー分析	不確実性の下での意思決定とその交渉分析への応用を期待効用理論の立場から検討する規範的アプローチの習熟を深める。	
5	分配的交渉ゲーム	分配的な交渉を履修者間の交渉ゲームの結果・プロセスを通じて学習する。	
6	脅迫・約束そしてコミットメント	T. シェリングの提唱したコンセプトの理解を通じて、分配的交渉における確率的に有効な戦略の是非について討議する。	
7	統合的交渉	2つ以上の交渉項目が存在するときに、いかにして協調して成果を大きくできるかの技法について議論をする。ことにどのようなプロトコルが望ましいかを考える。	
8	交渉における公平性	複数の人に分割不能なもの（換金できない）をいかに配分するか（遺産相続などの場合）という課題を効率性、公平性、実効容易性の視点で考える。	
9	ネット上の交渉（1）	ネット上で、しかも3人の間での交渉ゲームを行う。対面ではないことの利点、欠点について分析、秘密交渉の可能性が交渉プロセスにどのような影響を与えるかを考える。	
10	ネット上の交渉（2）	前回の交渉結果を発表して、どのような交渉をすべきであったかをクラスで検討する。	
11	裁定・仲裁	裁定・仲裁者として利害対立の状況に関わるとき、どのような付加価値を第三者として提供できるかを考える。	
12	参加者が多数のもとでの交渉とは？	これまでは交渉者の数が2もしくは3であったが、それが多数になったときの交渉戦略のありかたを検討する。	

13	交渉戦略のよき助言者とは？	交渉において，規範的分析，記述的分析は豊富だが，有効な助言者としてどのような提案をすべきか，どのような処方を交渉担当者に与えるべきかを模索する。
履修上の注意・準備学習の内容		
交渉ゲームを通じて学ぶという科目の設計なので履修者はクラス参加が必須である。		
教 科 書		
参 考 書		
参考書は授業の展開に応じて指示する。		
成 績 評 価 の 方 法		
レポート 50% 交渉結果の評価 50%		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
ベンチャー・ビジネス		2単位	増田 一之
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>日本に停滞感が漂う中で革新的なベンチャーによる経済の活性化に対する期待が高い。Timmons (1994) は「アントレプレナーは国家経済の燃料であり、エンジンであり、スロトルである。」と述べている。</p> <p>本授業は、ベンチャーの起業を志す方、ベンチャー経営者志望の方、ベンチャーキャピタリスト志望の方を対象とする。</p> <p>前半で「大企業のビジネスと異なるベンチャービジネス」について、後半では「リスクマネーの供給チャネルとしてのベンチャーファイナンス」について学ぶ。</p> <p>特に、理論と実践的な知識の両面を身に付けてもらうことを目標とする。</p>			
授 業 内 容			
1	始まりは〇〇から 一起業のきっかけ	起業家がアイデア、事業コンセプトを見つけ、資源を得て起業機会を追求する流れと枠組を説明する。 起業家の資質特性と経営チームのあり方を考える。	
2	起業を左右する要因は？ ー日本のベンチャーの現状	起業状況を説明する要因モデルを提示する。 日本の起業の現状と利用可能なインキュベーション制度を説明する。	
3	利益が出るか？ ービジネスモデルとビジネスプラン	タイプにより異なるビジネス・モデルの考え方を学ぶ。 ビジネスプランの構成項目を理解し、作成する上での留意点を学ぶ。	
4	本当に売上がたつか？ ーマーケティングの難しさ	マーケットのタイプ、キャズムまで行きつけない悩み、ビジョナリーカスタマー獲得の重要性を学ぶ。	
5	失敗を減らすには ーリスクの所在	ベンチャーは障害物競走で、短距離走や走り高跳びではない。 思いもかけぬ落とし穴が待っている。 人によってリスクは異なる。無用なリスクを避ける。	
6	泥をかき分け進む ー実務	起業の実務を説明する。 日常業務と上場準備の実務を説明する。	
7	参入障壁を築く ー特許の有効な活用法	知的財産権に焦点をあてる。 発明の帰属、実施権等の留意点を説明する。	
8	金の切れ目が縁の切れ目？ ー資金繰り	ベンチャーの資金繰りを考える。 銀行借入と出資による資金調達方法の差を検討する。	
9	誰が出資するか？ ーエンジェルとベンチャーキャピタル	リスクマネーを提供する出資者について学ぶ。 エンジェルはどんな人か、ベンチャーキャピタルの種類と現状を学ぶ。	
10	不完全市場 ーベンチャーキャピタルとの関係性	情報の非対称、エージェンシー理論を学ぶ。 不完全市場を前提としたベンチャーキャピタルとベンチャー経営者の関係性を理解する。	
11	資本政策の微妙さ ー取り返しのつかないもの	不可逆性のある資本政策の微妙さを理解し、資本政策作成を試みる。 ストックオプションと株価算定方法を学ぶ。	

12	アントレプレナーの観点からのMBO —新規創業だけが独立の道ではない	既存企業からの独立としてのMBOの仕組みと事例を説明する。知らなければ目の前にチャンスが到来したときに何もできずに終わる。
13	逆説的ベンチャー論 —常識は正しいか	ベンチャーはリスクか、ベンチャーは儲かるか、リスクテイカーがベンチャーに向くか、資本金は大きいほうがよいか、ほか。
履修上の注意・準備学習の内容		
ベンチャービジネスとベンチャーファイナンスの学術的側面と実践的側面を学ぶ目的で、レポートを2回予定している。		
(1) ベンチャー関連の学術論文を読みレポートを作成する。		
(2) 興味あるベンチャー関連の実務的分野に関するレポートを作成する。		
教 科 書		
増田一之 (2007) 『ハイテクベンチャーと創業支援型キャピタル』(学文社)		
参 考 書		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (30%)		
(2) 授業中の議論への参加 (10%)		
(3) 宿題・レポート (60%)		
そ の 他		
会計・ファイナンスの基礎知識があることが望ましいが、要件としない。		

科目名		単位	担当教員名
企業法務		2単位	石上 麟太郎
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>企業法務において大切なことは、リスクマネジメントでありコンプライアンス（法令遵守）である。今日においてはいずれも企業の存続を左右する重要事項である。だが、リスクマネジメント、コンプライアンスと言っても、そのような法律があるのではなく、多くの法律（民法、商法、刑法、労働法、独占禁止法等）によるものであり、多様な法知識を必要とする。そこで本講座では、各講義のテーマごとに具体的な事例に基づき、経営者（法務担当者）としては、法的な問題にどのような判断をすべきかを問いかけながら、企業法務に必要な基礎的知識の取得と法的思考（リーガルマインド）の養成を行いたい。</p>			
授業内容			
1	企業法務総論	リスクマネジメントやコンプライアンスなど企業法務の基本的理念について学ぶ。	
2	契約の法務1	契約に関する民法の財産法の基本的仕組みを学ぶ。	
3	契約の法務2	契約に関する民法の財産法の基本的仕組みを学ぶ。	
4	契約の法務3	契約書の作成、管理についての実践的な知識を学ぶ。	
5	会社法1	会社法の概説及び会社の設立の仕方について学習する。	
6	会社法2	会社の業務の執行及び株主総会の運営について学習する。	
7	決済・取引先の不払い・倒産対策	手形・小切手の知識、債権回収の方法、破産、民事再生等倒産法の仕組みについて学習する。	
8	人を扱うこと法律	企業における人事等に必要労働法の内容、雇用契約、さらには雇用によらず外部に業務を委託する場合の業務委託契約のポイントについて学習する。	
9	情報管理の法務	企業が有する情報の管理についての法務を学習する。具体的には個人情報保護法、不正競争防止法、守秘義務契約など。	
10	知的財産権	著作権、商標、商号、特許などの知的財産権についての基礎知識を学ぶ。	
11	適正な取引	独占禁止法や景品や商品の表示についての法務（景表法）、消費者保護の法律について学び適正な取引についての知識を取得する。	
12	紛争の解決1	訴訟、調停、民事保全、民事執行、クレーム処理等についての基礎知識を学ぶ	
13	紛争の解決2	訴訟、調停、民事保全、民事執行、クレーム処理等についての基礎知識を学ぶ	
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>企業法務は多様な法律を勉強するため一冊の教科書を読むことで講義に代えることができないので出席を重視します。</p>			
教科書			
山川一陽・根田正樹『ビジネス法務の基礎知識』弘文堂			

参 考 書
内田貴『民法1～3』東京大学出版会 岸田雅雄『ゼミナール会社法入門第6版』日本経済新聞社 角田政芳・辰巳直彦『知的財産法第5版』有斐閣 森井英雄『いまさら人に聞けない「契約・契約書」の実務』セルバ出版
成 績 評 価 の 方 法
(1) 出席 (50%) (2) 討論への参加度 (20%) (3) レポートの内容 (30%)
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
経営組織論		2単位	野田 稔
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>組織論は大きく「マクロ組織論」と「ミクロ組織論」の二つに分類することが出来る。経営組織論はこのうちの「マクロ組織論」を取り扱う。(ちなみに「ミクロ組織論」は組織行動論で扱う)マクロ組織論は組織の形態を考察する「組織構造論」と分業と調整を以下に果たしていくかを考察する「組織過程論」から主に成り立つ。本講義ではこの二つの領域を主として扱い、マクロ組織論の基本的な理論を学ぶ。加えて、近年語られることの多いグループ経営の問題や、ネットワーク組織論の概念についても議論を進めたい。経営組織論において、組織構造論と組織過程論の研究を通じて我々が目指すべきところは、組織デザイン力を向上させることである。組織をデザインするとはいかなることか、効果的な組織を構築するために考慮すべき点は一体何か、など理論だけにとどまらず理論の実践を念頭において講義を行う。講義は主として野田からのレクチャーを中心に行うが、学生同志のグループディスカッションや全体での討議も適宜織り交ぜる予定である。受講者に組織論に関する知識・へ要求しないが、自らの今までの組織体験を重視し、概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。ゆえに、講義中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。</p>			
授 業 内 容			
1	イントロダクション～マクロ組織論を学ぶ	組織とは何か？マクロ組織論とミクロ組織論の全体を概観する。	
2	組織構造論 (1) 組織構造論の歩み	マックス・ウェーバーから始まる公式的組織に関する諸説を概観する。組織論の流れを感覚的につかんで欲しい。	
3	組織構造論 (2) コンティンジェンシー理論	組織構造論の代表的な考え方であるコンティンジェンシー理論の成立とその内容について考察する。	
4	組織デザイン (1) 戦略と組織	戦略は環境に従い、組織は戦略に従う。故に組織は環境に従う。環境と組織の対応関係はコンティンジェンシー理論で述べる通りだが環境と組織の媒介変数である戦略について組織論的に考察したい。	
5	組織デザイン (2) 組織デザインの実際	分業と調整機能。組織デザインの2大要素を具体的に小組織を設計するにはどう扱うのか。具体的な方法論を解説する。	
6	組織デザイン (3) 組織の基本形	組織をまったく白紙からデザインする人は少なからう。手本とするプロトタイプがあって、これを手本に設計するのが通例だ。組織デザインの基本形をここでは学ぶ。	
7	組織デザイン (4) 分業の理論	分業には垂直分業、水平分業、機能別分業、並行分業などのタイプがある。分業の基本理論について理解する。	
8	組織過程論 (1) 調整の理論	組織デザインの次なるステップは分業した機能の相互調整である。事前調整としての標準化、事後調整としての階層化、直接的調整の可能性などの調整の理論を学ぶ。	
9	組織過程論 (2) コンフリクトの調整	組織を運営する上でコンフリクトは悪意のありなしに関わらず想定せざるを得ない大きな問題である。組織内のコンフリクトはいかにして解消されるべきであろうか。基本的な考え方を学ぶ。	

10	組織能力 (1) 創造性を育む組織	組織にある機能を持たせるために特有の組織構造・組織過程を設計することが大切である。際立った組織能力を得るためにいかなる組織デザイン的な工夫がなされるか考察する。
11	組織能力 (2) グローバル調整組織	同上
12	ネットワーク組織	マクロ組織論の最後のテーマは組織間連携の問題である。親会社・子会社のグループ組織問題，企業間ネットワークの成功例など，組織と組織の関連性の問題に焦点を当てる。
13	マクロ組織論の総括	講義全体を通じて学んだマクロ組織論の諸問題について包括的に議論する。学生各自は本コースで学んだ組織デザインの知見についてシェアリングすると共に疑問点を十分解消して欲しい。
履修上の注意・準備学習の内容		
特になし。		
教 科 書		
特に設定しない。		
参 考 書		
「組織論再入門（野田稔著，ダイヤモンド社）」		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 講義出席点（40%） (2) 最終レポート成績点（60%） とする。		
そ の 他		
組織論の知識は必要としないが今までの経験から組織についての興味を高めておいて欲しい。日常的に組織問題に興味を持ち疑問，意見を持つように努めて欲しい。		

科目名		単位	担当教員名
組織行動論		2単位	野田 稔
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>組織論は大きく「マクロ組織論」と「ミクロ組織論」の二つに分類することが出来る。組織行動論はこのうちの「ミクロ組織論」を取り扱う。(ちなみに「マクロ組織論」は経営組織論で扱う)ミクロ組織論は組織の中で個人がいかに行動するかを分析・コントロールする学問である。人は組織の中で高貴かつ知的な振る舞いもする反面,卑しくおろかな振る舞いもする存在である。組織の中の人というものを,客観的ではあるが温かい目で観察してみたい。組織の中の人の振る舞いを当事者感覚で捉える視点を大切にしつつ講義を進めたい。講義は主として野田からのレクチャーを中心に行うが,学生同志のグループディスカッションや全体での討議も適宜織り交ぜる予定である。受講者に組織論に関する知識は要求しないが,自らの今までの組織体験を重視し,概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。ゆえに,講義中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。</p>			
授業内容			
1	イントロダクション ～ミクロ組織論の位置付けと本コースの概要	マクロ組織論とミクロ組織論の関係性を明らかにする。ミクロ組織論が今日なぜ隆盛を極めているかの議論にも触れる。	
2	組織行動論の流れ	ホーソン工場実験に端を発する組織行動論はいかなる経緯を経て今に至るのであろうか。人を中心とする経営論の系譜を概観する。	
3	動機付けの理論 (1)	人の動機とは何か?人と組織の係わり合いの基本はどう変化したか?人の動機付けの基本を理解する。	
4	動機付けの理論 (2)	内発的動機付けを中心に,人が自立的に動機付くメカニズムについて考察する。	
5	リーダーシップ論 (1)	人をリードするとはいかなる行為であろうか。リーダーシップの本質に迫り,その基本的概念を理解する。本コースのメイン講義である。	
6	リーダーシップ論 (2)	リーダーシップの基本理論を踏まえたうえで,人の心を根本から動かす“新しいリーダーシップ”は何を源泉として生まれるのだろうか。心を動かすリーダーシップの事例を参考に,コミットメントを引き出すリーダーシップについて考える。	
7	組織変革と組織学習	組織はどのようにして自らの変革の必要性を認知するのであろうか?また,必要とされる新しい知をいかにして学ぶのであろうか?学んで変えられる組織とそうでない組がある。その差を考察する。	
8	組織活性化と意識改	革我々はよく組織が活性化しているという表現をするが,これは何を意味するのだろうか。組織を活性化させるには意識を変える必要があるが,いかにすれば意識は変わるのだろうか。実践的に考察する。	
9	集団における意思決定	人は数多くの意思決定上のミスを犯す。後から考えれば理解しかねるようなミスも多い。また集団になると一人の時とは異なる意思決定上の問題も生じる。そのメカニズムを考える。	

10	知識創造の理論	企業は新たな価値を創造するために、そのベースである“知”を作り出さなければならない。いかにして組織は知をつむぎだすのであろうか。知識創造のプロセスを考察する。
11	組織感情のマネジメント (1)	人は感情の生き物である。冷静さが要求されるビジネス社会においても感情を捨て去ることは出来ない。我々は職場で人の感情とどう向き合えばよいのだろうか。組織と感情の問題を概観する。
12	組織感情のマネジメント (2)	組織の中における感情をいかにして測定し、これを正しく導くか。組織感情のコントロールの問題を考える。
13	ミクロ組織論の総括	講義全体を通じて学んだミクロ組織論の諸問題について包括的に議論する。学生各自は本コースで学んだ組織行動論の知見についてシェアリングすると共に疑問点を十分解消して欲しい。
履修上の注意・準備学習の内容		
可能な限り人材育成論も履修すること。ただし必須ではない。		
教 科 書		
特になし。		
参 考 書		
「組織論再入門（野田稔著，ダイヤモンド社）」他適宜講義中に指示する。		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 講義出席点（40%） (2) 最終レポート成績点（60%）とする。		
そ の 他		
組織論の知識は必要としないが今までの経験から組織についての興味を高めておいて欲しい。日常的に組織問題に興味を持ち疑問、意見を持つように努めて欲しい。		

科目名		単位	担当教員名
ヒューマン・リソース・マネジメント		2単位	野田 稔
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>「会社勤めをしている人の最大関心事は人事。自分に関する人事はもちろんのこと他人の人事も気にかかる。」—こういった表現で言われる“人事”とは一般には人事異動と評価・処遇に関する一連の人材マネジメントの結果をさすのであろう。社員に関心の高い人事ではあるが、(それ故にと言うべきか)必ずしも社員から好意的に受け止められているとは限らない。自社の人事に関して不満を抱く社員がまったくいない会社はおそらく会務であろう。人事の問題は難しい。みんなが関心を持っていて、しかもみんなに配分できる原資(人件費やポスト)が圧倒的に不足しているとなれば当然であろう。しかし、人的資源(ヒューマン・リソース)を適切に管理できないと企業は競争力を見る見るうちに失っていく。本コースでは数あるマネジメントの領域の中でも最も社員の関心が高く、最もタブーが多く、最も闇に包まれた感の強い、すなわち最も難しいヒューマン・リソース・マネジメント(以降、HRMと表記する)にまつわる諸問題を正面から取り上げる。HRMには人材調達(採用)、人・開発(育成)、人材活用(異動)、人材評価・処遇、福利厚生、人材ポートフォリオなど実に様々な分野が含まれる。本コースではどこかのファンクションに偏ることなく、広く扱っていきたい。なお、このうち人材育成に関する問題は「人材育成論」として取り出して別途議論するが、可能な限り両コースを受講してもらいたい(年度は異なっても構わない)。また、ヒューマン・リソース・マネジメント(演習)とはセットで講義を進めるため、両コースを同時受講してもらいたい。講義は主として野田からのレクチャーを中心に行うが、学生同志のグループディスカッションや全体での討議も適宜織り交ぜる予定である。受講者にHRM論に関する知識は要求しないが、自らの今までの職務体験を重視し、概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。ゆえに、講義中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。</p>			
授 業 内 容			
1	イントロダクション～ヒューマンリソースマネジメントの全体像	HRMで取り扱う領域の全体像を確認する。あわせて、受講者各人の人事問題に関する問題意識の共有を行う。	
2	HRMと企業戦略	戦略的人材マネジメントということが言われて久しいが、具体的には何を行うことなのか。また、戦略的人材マネジメントを行う上での問題点は何かを議論する。人事部の組織的役割についても言及する。	
3	評価と処遇(1)	HRMの最も重要な機能である人材の評価と処遇の問題から講義をスタートする。人事評価の考え方はどのように変化してきたのか、評価処遇の基本的な考え方を理解する。	
4	評価と処遇(2)	成果主義、MBOといった最近の人事評価・処遇のシステムについて理解する。あわせてその限界と変革の方向性について議論する。	
5	人材調達(1)	人材調達は高度化している。就職氷河期が終わり、一転して求人氷河期に突入した現在、各社は人材調達に悩んでいる。人材を調達するとはいかなることか。そのプロセスと問題点を明らかにする。	
6	人材調達(2)	最新の人材調達戦略の考え方を理解する。A & R (attraction & retention)の考え方を紹介し、人材調達はいかにあるべきかを探る。	

7	人材活用	人材の適材適所は言われつくしているが、これほど難しいものもない。人材フローの考え方を理解し、“会社都合”と“本人の希望、キャリア開発”のマッチングの仕組みについて考える。
8	人材ポートフォリオ	かつて社員といえば正社員のことを指していた。しかし今では他余蘊雇用形態の人材がひとつ組織に集っている。雇用形態の多様化について理解し、今後の日本の労働環境を展望する。
9	ダイバーシティ	男女共同参画社会の実現は来るべき少子高齢化下における最も現実的な労働問題解決策のひとつである。しかし、男女雇用機会均等法成立後23年、未だに不完全である。今後を議論したい。
10	人間尊重のマネジメント	人材マネジメントは人間性尊重の方向で進化をしなければならぬ。福利厚生、休暇制度、健康管理、生涯キャリア開発など社員が健康で気持ちよく働ける支援策について議論する。
11	メンタルヘルス	急増する、メンタルヘルス問題にどう向き合うか。なぜ、職場・仕事を原因としてメンタルヘルス問題は起こるのか。理論と実際をあわせて理解する。
12	HRMの諸問題	HRMには時々に応じて色々なトピックスが現れる。まさにHRMはダイナミックに動き続けている。現在押さえておくべきHRMの最新トピックスについて確認し、議論する。
13	HRMの総括	講義全体を通じて学んだHRMの諸問題について包括的に議論する。学生各自は本コースで学んだ組織行動論の知見についてシェアリングすると共に疑問点を十分解消して欲しい。

履修上の注意・準備学習の内容

ヒューマン・リソース・マネジメント（演習）と同時受講すること。また、人材育成論とあわせて受講して欲しい（年度が異なってもかまわない）。ただし、人材育成論の受講に関しては必須ではない。

教科書

特になし

参考書

特になし。講義の中で適宜指示する。

成績評価の方法

- (1) 授業出席点（40%）
- (2) 最終レポート成績点（60%）とする。

その他

HRM論に関する知識は必要としないが、企業における人事問題に興味を持ち、自社の人事問題に関しては理解を深め、問題意識を持って欲しい。

科目名		単位	担当教員名
ヒューマン・リソース・マネジメント(演習)		2単位	野田 稔
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ヒューマン・リソース・マネジメント(演習)(以降、HRM 演習と呼ぶ)は、ヒューマンリソースマネジメント(以降 HRM)と平行して開講される。HRM 演習は HRM の講義内容を受けて、この続きとして議論を行う場合と、独立して議論を進める場合の二通りの進め方を行う。したがって、可能な限り両コースを受講してもらいたい。演習は主として学生同志のグループディスカッションや全体での討議で進められる。受講者に HRM 論に関する知識は要求しないが、自らの今までの職務体験を重視し、概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。ゆえに、演習中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。</p>			
授業内容			
<p>演習は HRM 講義各回の延長線上での議論を行う。たとえば人材の評価の回では成果主義人事の問題点とその克服についてグループディスカッションする、といった形である。また、これと平行していくつかの課題ごとに分かれて、課題研究を行う。課題に用に関しては受講生の興味関心に応じて設定するが、人材調達、評価と処遇、人間性損著王人事、ダイバーシティなどの領域から選択されることとなろう。課題研究に関しては演習最終日に各グループごとに発表を行う。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
ヒューマンリソース(演習)はヒューマンリソース論と必ずセットで受講すること。			
教科書			
特になし。			
参考書			
講義の中で適宜指示する。			
成績評価の方法			
(1) 授業出席ならびに発言点(50%)			
(2) 最終レポート成績点(50%)とする。			
その他			
特になし。			

科目名		単位	担当教員名
人材育成論		2単位	野田 稔
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>企業において人材育成は最も重要なもののひとつである。欧米では人材の採用と育成は競争戦略上の最重要課題と位置づけられ、“Warfortalent（人材獲得育成戦争）”なる言葉も聴かれる。わが国においても多くの経営者が人材の重要性を語り、「人は石垣人は城」なる言葉を引用する例も多い。しかし、企業としてみた場合、人材育成に対して十分な努力が払われているとは言いがたい。従業員一人当たりの人材育成費は欧米先進国と比較してもかなり低い。もちろんこれに対して、わが国では現場におけるOJTが充実しているの、表立たない育成コストが十分にかけている、といわれてきたがバブル崩壊後のリセッションの過程で現場に余力がなくなり、多くの企業でOJTが機能しなくなっているのが現状だ。我々は人材育成に関してもっと理解を深めなくてはならない。本コースでは人材育成の基本的な概念を理解すると共に、実際の企業の人材育成プログラム開発までを体験する。講義は主として野田からのレクチャーを中心に行うが、学生同志のグループディスカッション・全体・ナの討議も適宜織り交ぜる予定である。受講者に組織論に関する知識は要求しないが、自らの今までの組織体験を重視し、概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。ゆえに、講義中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。</p>			
授 業 内 容			
1	イントロダクション ～人材育成の意義	広義の人材マネジメントの一分野である人材育成がマネジメント全体においてどのような意味を持っているかを理解する。コース全体を概観し、各人の問題意識を共有する。	
2	キャリアデザインと人材育成	企業における人材育成は競争戦略の一環であると同時に、個にとっては生涯教育の一環であり、社会における人的資源開発の意味もある。企業の人材育成の持つ意味を異なる側面から意味づける。	
3	人材育成プロセス (1)	企業戦略と人材育成のマッチング、HRMとの整合化など人材育成は他のマネジメント機能と整合性を持たなければならない。企業が人材育成体系を立案するプロセスを考察する。	
4	人材育成プロセス (2)	人材育成は年間スケジュールに沿って計画的に進められる。典型的な人材育成スケジュールを学び、その理想形を考察を考察する。	
5	人材育成プログラムの検討 (1)	新入社員研修、導入時研修、同年時研修、新任管理職研修といった階層別研修の意味と進め方について考察する。	
6	人材育成プログラムの検討 (2)	リーダーシップ研修について学ぶ。リーダーシップ研修がなぜ必要か、意義と限界について学ぶ。	
7	人材育成プログラムの検討 (3)	職能別研修、技能研修などの技術習得型研修はどうあるべきかについて考察する。また、社員に対する教養講座などの新しい動きに関してもここで触れる。	
8	人材育成プログラムの検討 (4)	次世代リーダー研修などの選抜型研修について学ぶ。社内大学の意義と限界、外部専門機関の取り組みなどについても触れる。	
9	人材育成プログラムの検討 (5)	異業種交流研修、意識改革研修など従来とは異なる人材育成への取り組みについて考察する。	

10	OJT の理論と実際	人材育成の主戦場は現場である。Off-JT を中心に考察してきたが、本当に人材が育つ場としての現場における OJT の問題をここで扱う。いかにして効果的な OJT を進めるかを考察する。
11	人材育成と人事制度	OJT, Off-JT, 人事ローテーションはそれぞれが関連しあいながら相補的に人材育成につながらなくてはならない。ここでは基本的な考え方を学ぶと共に、現状の企業の人材育成上の問題点を議論する。
12	社会的課題としての人材育成	有為な人材を育成することは学校や家庭だけの責務ではない。企業も社会的責任の一環として人材育成に努めなくてはならない。社会的機能としての人材育成について考察する。
13	人材育成論の総括	講義全体を通じて学んだ人材育成論の諸問題について包括的に議論する。学生各自は本コースで学んだ組織行動論の知見についてシェアリングすると共に疑問点を十分解消して欲しい。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
可能な限り組織行動論も履修をすること。ただし必須ではない。		
教 科 書		
特になし。		
参 考 書		
特になし。講義の中で適宜指示する。		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 講義出席点 (40%) (2) 最終レポート成績点 (60%) とする。		
そ の 他		
人材育成論に関する知識は必要としないが、企業における人材育成の問題に興味を持ち、自社の人材育成に関しては理解を深め、問題意識を持って欲しい。		

科目名		単位	担当教員名
キャリア開発		2単位	中西 晶
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講義では、現在大きな転換期にある「個と組織の関係」について「キャリア」という視点から検討する。本講義の第一の目的は、キャリアに関する基本的な理論を理解するとともにキャリアをめぐる現状と課題を認識することである。さらに、その課題解決に向けて、政策レベル、組織レベル、個人レベルで何をすべきかを考えることを第二の目的とする。したがって、受講者は自己のキャリア開発についてはもちろん、所属組織におけるキャリア開発施策についての強い興味を持ち、雇用・労働環境や社会状況などマクロ的な経営環境についても常に目を向けていくことが求められる。</p> <p>受講者の経歴、人数にもよるが、以下のような内容を考えている。</p> <p>1. 前半はキャリア開発に関する基本的な理論・概念を理解する。 受講者は毎回、理論・概念に関するワークを行う。 概念・理論の確認のあと、事例の提示やディスカッションを行う。</p> <p>2. 後半はキャリア開発に関する事例研究を行う。 講師よりキャリア開発に関する事例を提示し、全員でディスカッションを行う。 人数によっては、グループワークとする。</p> <p>スケジュールは以下のとおり（予定）。</p>			
授 業 内 容			
1	ガイダンス	授業の進め方、学習目標を確認するとともに、キャリアをめぐる問題について概要を紹介する。	
2	キャリアとは何か	代表的な研究者のキャリアに関する定義を確認し、「キャリア」の意味について理解する。	
3	古典的キャリア論 (1)：組織内キャリア	現在でも理論的・実践的な中核となっているシャインの組織内キャリアの概念についての基本を理解する。	
4	古典的キャリア論 (2)：キャリア・アンカー	シャインのキャリア・アンカーの概念について確認するとともに、個人的、組織的、政策的にどのように適用できるかを考える。	
5	新しいキャリア論 (1)：キャリア・ネゴシエーション	個と組織の関係を「交渉（ネゴシエーション）」として見る見方について紹介し、その意義を考える。	
6	新しいキャリア論 (2)：弱い絆（ウィーク・タイ）	社会学者グラノヴェターの理論を紹介し、社会ネットワークとキャリアの関連性を考える。	
7	新しいキャリア論 (3)：計画された偶然（プランド・ハプスタンス）	心理学者クランボルツらの理論を紹介し、キャリアにおける「偶然」の重要性とそれを利用した事例などを紹介する。	
8	マクロ的視点から (1)：初期キャリア	フリーター、ニートなどといわれている若年層の問題と組織へのエントリー時に必要な活動について考える。	
9	マクロ的視点から (2)：中期キャリア	企業の倒産、M & Aなどが頻発し、雇用が流動化するなかでの中堅～ミドルのキャリア形成の方向性を考える。	
10	マクロ的視点から (3)：後期キャリア	少子高齢化社会の到来のなかで団塊の世代の大量退職を迎える現在における問題点と解決の方向性を考える。	
11	組織におけるキャリア開発施策 (1)：事例研究	組織におけるキャリア開発施策の事例をこれまで学んできた内容と照合しながら研究する。	

12	組織におけるキャリア開発施策 (2)：事例研究	組織におけるキャリア開発施策の事例をこれまで学んできた内容と照合しながら研究する。
13	まとめ	学習成果を活かして自らのキャリア形成を考えるとともに、組織のキャリア開発施策についての提言を行う。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
<p>本学の教育支援システム Oh-olMeiji を積極的に活用する予定なので操作には十分に慣れておくこと。 ヒューマンリソース・マネジメントもあわせて受講することが望ましい。</p>		
教 科 書		
<p>使用しない。 授業にて必要な資料を配布する。</p>		
参 考 書		
<p>授業中適宜紹介する。</p>		
成 績 評 価 の 方 法		
<p>(1) 出席点（毎回のレジュメ提出含む）（50%） (2) ディスカッションへの参加度（30%） (3) 最終レポート（20%）</p>		
そ の 他		

科 目 名		単 位	担当教員名
コーポレート・ガバナンス		2単位	関 孝 哉
開講区分	後期	配当年度	1・2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>コーポレート・ガバナンスとは、会社を統治し、統制するシステムである。このシステムをベースに会社は株主にアカウンタビリティを、従業員など利害関係者に責任を果たして企業価値を高める。コーポレート・ガバナンスでは統治システムの組織、および会社が責任を果たすプロセスの確実な機能が鍵となってその実効性が高められる。</p> <p>コーポレート・ガバナンスは会社法、会計、経営など多岐にわたり、かつ関連する当事者も会社、株主、従業員、地域社会などの利害関係者をはじめ政府や関係諸団体など幅広い。さらに、議論は世界各国で進められ、国際的な比較も可能であり、ここから日本のコーポレート・ガバナンスの進むべき方向を展望、検討することも可能である。本講義では、コーポレート・ガバナンスの会社制度、株主と取締役の関係、取締役の受託者責任といった基本的事項を確認したうえで、コーポレート・ガバナンスの改革に向けた国内外の取組みを分析するとともに、目指すべき方向を検討する。こういった分析を通じ、授業は企業経営、経営企画、機関投資家、規制当局等を目指すために必要な知識を提供すること、さらには企業と利害関係者の調整、あるいは対峙した場合における対処といった解決策の検討を目的とする。</p>			
授 業 内 容			
1	コーポレート・ガバナンスの定義と総論	コーポレート・ガバナンス、アカウンタビリティ、企業価値など様々な用語の定義と考え方を理解する	
2	歴史的背景と考え方	株式会社制度の特徴、歴史的背景、企業経営におけるチェック・アンド・バランスなどコーポレート・ガバナンスの基礎的構造を理解する	
3	アカウンタビリティおよび取締役の責任	株主と取締役の関係について信託制度および受託者責任の観点より理解する	
4	日本のコーポレート・ガバナンスの実態	日本企業の株主構造、取締役会組織、監督と執行の明確化など、法規制の観点から最近のコーポレート・ガバナンス改革を分析する	
5	アメリカのコーポレート・ガバナンス	アメリカのコーポレート・ガバナンスへの取組み、その特徴について理解し、日本への示唆を検討する	
6	サーベンス・オクスリー法とアカウンタビリティ	アメリカにおけるサーベンス・オクスリー法の内容と特徴の研究およびアカウンタビリティの概念について理解する	
7	英独のコーポレート・ガバナンス	英独におけるコーポレート・ガバナンスの取組み、その特徴について理解し、日本への示唆を検討する	
8	欧州のコーポレート・ガバナンス	欧州におけるコーポレート・ガバナンスの取組み、従業員参加の理解、および日本への示唆を検討する	
9	機関投資家の受託者責任と株主行動	機関投資家の受託者責任の仕組みと考え方を分析し、コーポレート・ガバナンスにおいて機関投資家が果たす役割を理解する	
10	株主行動とコーポレート・ガバナンス	株主と会社のコミュニケーションの場としてのインベスター・リレーションズ活動と株主総会の議決権行使について検討する	

11	日本のコーポレート・ガバナンス改革と諸問題 (1)	授業内容を振り返りながら，日本のコーポレート・ガバナンスのあり方について，ディスカッションをあわせて検討し，経営における倫理性を確保するための資質について検討する
12	日本のコーポレート・ガバナンス改革と諸問題 (2)	同上
13	まとめ	同上，また今後の日本および世界のコーポレート・ガバナンスの将来像について展望する。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
コーポレート・ガバナンスは会社法，会計，経営など多岐にわたる観点からの検討が求められるため，幅広く企業経営に係る諸問題に関する基礎知識を有していることが望ましい。		
教 科 書		
「コーポレート・ガバナンスとアカウンタビリティ論 (2008 商事法務)」		
参 考 書		
世界主要国の諸団体によって作成，公表されたコーポレート・ガバナンス原則，ガバナンス関連法制などを参考資料として利用する。大半はインターネットで公開されており，それを活用する。また，時事問題も適宜，授業に取り入れる。		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (50%)，(2) ディスカッションへの参加 (20%)，(3) レポート提出 (30%) とする。		
そ の 他		
コーポレート・ガバナンスには様々な考え方がある。講義では制度論および経済的分析を中心に進めるが，各受講生は独自の考え方を構築できるようにされたい。		

科目名		単位	担当教員名
経営史		2単位	後藤 伸
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>産業革命期から現代までを対象に、英米のビジネスの歴史について大きな流れを把握することを講義目標とする。全体を3つに区分する。最初は産業革命期のイギリスをとりあげ、近代ビジネスの発祥にまつわる問題をみていく。つぎに19世紀中葉から20世紀前半までのアメリカを対象として、現代企業の成立過程をたどる。最後に同じくアメリカを対象に、20世紀におけるグローバルかつスタンダードと目されるようになるビジネス・スタイルの確立過程をみていく。それぞれの区分の最後に代表的な企業事例を取り上げ、講義の一般的な説明を補足するとともに、経営者個人がビジネスの歴史にどのような役割を演じたのかを考える、参考事例としたい。</p>			
授業内容			
1	イントロダクション	講義プランと運営, テキスト・参考書, 評価方法などの説明。「現代企業」の特徴	
2	イギリス産業革命期のビジネス (1)	経営者の出自, 資金調達, ソシオロジカル・ギャップ	
3	イギリス産業革命期のビジネス (2)	工場制度の成立, 労働力の調達, 規律付け, 労働者観	
4	事例研究	ボウルトン&ワット商会	
5	アメリカ経済のインフラと流通	鉄道網の形成とビジネスチャンス	
6	アメリカンシステムから大量生産へ	互換性部品による大量生産方式の成立	
7	生産と流通の統合	垂直統合戦略	
8	事例研究	フォードとGM	
9	現代企業の展開 (1)	多角化戦略	
10	現代企業の展開 (2)	多国籍化	
11	現代企業の展開 (3)	M & A	
12	経営者企業のゆらぎ?	株主価値と企業価値	
13	事例研究	GE社	
履修上の注意・準備学習の内容			
特に予備的な知識は必要としない。基本的かつ重要な事項についてはそのつど講義で説明を行う予定。			
教科書			
なし。			
参考書			
<p>最初の講義で各章の参考書について提示する。さしあたり、最近に出版されたテキストとして、鈴木良隆+大東英祐+武田晴人『ビジネスの歴史』有斐閣、2004年が講義全般にわたり参考になる。専門書としては、アメリカ経営史についてはアルフレッド・D・チャンドラー『経営者の時代(上・下)』東洋経済新報社がもっとも参考になる。</p>			
成績評価の方法			
(1) 講義への出席と参加 (30%) (2) 発表 (25%) (3) 課題提出レポート (45%)			
その他			

科目名		単位	担当教員名
企業倫理		2単位	山口善昭
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>最近日本企業の反倫理的な行動が特に目立つようになってきた。このような状況は、日本に限ったことではないが、その対応は欧米に比べ遅れている。そこで、欧米での研究や対応をもとに企業倫理についてさまざまな角度から検討する。この授業の目的は以下の5つの点を理解することにある。第1は、企業倫理に関係する諸概念を理解すること。第2は、これらの諸概念が生まれてきた背景を理解すること。第3は、現代における社会と企業の関係について理解すること。第4は、個別事象の議論を通して企業が反倫理的行動をなぜとってしまうのかを理解すること。第5は、以上の4点を通して倫理的行動をとるためには何が重要かを理解するとともに、企業の倫理的行動、反倫理的行動を見極める力を養うことにある。</p> <p>最終的には、頭で理解するだけでなく、実際の企業行動の場で倫理的な行動を実践してもらうことを目的としている。</p> <p>授業の進め方は、一方的な講義形式ではなく、教員と学生の間で双方向的にディスカッションしながら進める。学生は、授業中積極的に議論に参加することが求められる。理由は、企業倫理は公式を教える授業ではなく、社会には多様なものの見方、価値観が存在することを知らなければならないための授業だからである。そのためにも多くの学生が意見を言うことにより社会には多様な見方が存在しているのを知ってもらえると考えるからである。このことの効果が高めるために、出席者は学期中数回、企業の（反）倫理的行動について簡単な発表をしなければならない。また数回のレポートを提出しなければならない。</p>			
授 業 内 容			
1	イントロダクション	企業倫理とはどのようなものか全体を説明	
2	企業倫理、企業の社会的責任、企業の社会即応性とは	似た概念である左記3概念の違いを説明、個人道徳と企業倫理について説明	
3	企業の社会的責任の起源について	社会的責任がどのような歴史的経緯から生まれてきたのか、社会と倫理の関係について	
4	企業倫理を教える意味	なぜ「企業倫理」という授業が今ビジネス・スクールで必要なのか	
5	企業倫理に対する企業の対応	今まで企業はどのように企業倫理に対して対応してきたのか、そしてどのような対応が今求められているのか	
6	倫理的行動に対する障害	企業にとって倫理的行動を実際にとることがいかに難しいか	
7	企業理念	いろいろな企業の企業理念を考える	
8	コミュニケーションと暗黙知	文字では完全に伝えることのできない理念をいかに従業員に伝達するのか	
9	マイノリティーおよびジェンダー問題について	偏見、法律、アファーマティブ・アクションについて	
10	倫理の制度化	企業倫理を向上させるにはどのような制度が必要なのか、また運用上の注意点	
11	倫理の基準	倫理的であるということをもとにどのように判断するのか	
12	個別事象研究1		
13	個別事象研究2		

履修上の注意・準備学習の内容		
授業での積極的発言を求められる		
教 科 書		
特に必要としない。プリントを配布します。		
参 考 書		
<p>小林俊治・山口善昭訳「アメリカの企業倫理」日本生産性本部，1992年 小林俊治・山口善昭訳「ハーバードで教える企業倫理」生産性出版，1995年 高橋正泰・山口善昭・牛丸 元著「組織とジェンダー」同文館，1998年 中村瑞穂・風間信隆・角野信夫・出見世信之・梅津光弘訳「企業倫理と経営社会政策過程」文眞堂，1996年 Frederick, Davis, and Post, Business and Society: Corporate strategy, Public Policy, Ethics, McGraw-Hill. 藤本哲也監訳「ホワイトカラーの犯罪法律学—現代社会における信用ある人人の犯罪」シュプリンガー・フェアラー東京，1999年</p>		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業参加度 (40%) (2) 発表 (30%) (3) レポート (30%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
ナレッジ・マネジメント		2単位	杉野周
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>職人、技術者のノウハウを継承に、普通の人でも同じような判断・行動が行えるようにしようとする試みが繰り返行われている。認知科学におけるエキスパートのノウハウをデータベース化しようとした「エキスパート・システム」、過去の技術的資料のデータベース化の試み。その多くの試みは失敗に終わっている。最大の問題点はそうしたデータベースには名人のノウハウの源泉であるそのノウハウを生み出す仕組みが組み込まれていない点である。名人が作成した工業製品を元にして同じモノを大量に生産（複製）することは出来るかもしれない。しかし、名人の能力が発揮されるのは、特注品の作成である。</p> <p>ベルトコンベアー方式の大量生産の現場で仕事を行っていた時代から、一人の作業員が一つの製品を最初から最後まで組み立てる「屋台」方式に変わりつつある現在、相対的な技術水準を引き上げる事が求められている。また高度に知的な職業人（ナレッジ・ワーカー）の存在意義も重要になっている。しかし、問題は「知識」を重要視するあまり、名人が持っている一般人とは異なる身体および身体感覚を軽視している事である。</p> <p>知的な活動分野でもプロジェクト上のトラブル発生の気配を事前に感じ取れる能力、複雑な現象を分析しモデル化する能力等、その能力の高度化が要求されている。しかし、現実はこの高度なノウハウを持っている人は偶然の産物そてい育っているのであり、そうしたノウハウを持たない人は誰に聞いたらよいか知っていることが重要視されている（Know How）</p> <p>しかし、それでは偶然存在する名人が居なくなれば、そのノウハウは失われています。ノウハウを理解する為には、受取側にもある水準の能力が備わっていなければ教えられた事を理解することはできない。本講座では、他人のノウハウを利用するだけでなく、高度な能力を持った人を育てるための教育システムを持つ古典芸能、職人、芸術分野等を参考にし、企業で生かせるノウハウを体得する。</p>			
授 業 内 容			
1	オリエンテーション	授業スケジュールの説明を行った後、問題提起として職人芸のビデオを見ながら何が行われているかを観察する。	
2	言語と身体	言語と意味は一対一に対応するか？この問題に対する言語学上のターニングポイントであるウィトゲンシュタインから認知意味論のレイコフまでの主張を概観する。 デカルト以来の「主知主義」に対して「身体」に光を当てた最初の人であるメルロ＝ポンティ身体論を本講座の出発点として位置づけ、その問題意識と後継者達について検討する。	
3	創造性	知能が高い人が高い創造性を持っているのかという問いの検討を行う。小さい頃高い知能指数を持っていた天才児と、創造的な天才の才能がどう違うのか、知恵遅れの自閉症患者が示す特異な才能などを検討する。	
4	思考中心の技能	ゲームのようにルールを駆使して行う思考中心のわざの例として、「囲碁」や「チェス」などがある。今回は、「囲碁」の修得課程で現れるプロ棋士の卵とアマチュアにおける訓練方法の差を例に、その能力差とわざの特徴を分析する。	
5	体を使う技能	水泳や体操のように道具を使わず自己の体のみを使って高度な演技をするタイプのわざについて検討する。例としてスポーツ選手や武道家の訓練を検討する。	

6	体と言語を駆使する技能	演劇等では身体表現能力と言語表現能力の向上が要求される。「狂言」または「演劇」を例に彼らはどのような訓練を行いプロとしての「身体」を作っているかを検証する。
7	道具を駆使する技能	職人に代表される「道具」を自由に操る能力を駆使することにより、優れた作品や商品を作り上げる職人のわざについて検証する。例としては外科医の手技を取り上げる。
8	「知識」と「わざ」	「知識」を脳神経学の視点から再考する。「知識」は「陳述記憶」として記憶されるが、「わざ」は「手続き型記憶」として記憶され動作として再現される。2つが記憶のシステムも記憶場所も異なる事を明らかにする。
9	「型」構造を生む構造	禅僧の修行を中心に、過去に行った実例を「型」の視点から再考する。また、教育システムとしての家元制度をピエール・ブルデューの言う文化を再生産する仕組み、構造を生み出す構造として見ていく。
10	アクションラーニングⅠ	グループメンバーで意識を共有し、新しいアイデアを出すための手法を使って、意識改革、組織改革、ビジネス・プランの立案を行うトレーニングを体験する。
11	アクションラーニングⅡ	同上
12	アクションラーニングⅢ	同上
13	アクションラーニングⅣ	同上
履修上の注意・準備学習の内容		
<p>体験を通して、「頭」も「身体」の一部であることを理解する。その上で、知識の獲得ではなく、「わざ」を体得し、再現する方法をアクションラーニングを通して身に付ける。</p> <p>注意事項</p> <p>授業日程については、ゲスト講師のスケジュールにより日程変更します。</p>		
教 科 書		
参 考 書		
<p>(1) レイコフ, ジョンソン『レトリックと人生』</p> <p>(2) ウィットゲンシュタイン『哲学的探求』</p> <p>(3) ヴアレラ, トンプソン, ロッシュ『身体化された心』</p> <p>(4) ディマジオ『生存する脳』</p> <p>(5) レイヴ, ウェンガー『状況に埋め込まれた学習』</p>		
成 績 評 価 の 方 法		
<p>(1) 出席およびクラスへの貢献 (60%)</p> <p>(2) レポート (40%)</p> <p>最終的に、アクションラーニングで行うディスカッションおよび資料作成への貢献度</p>		
そ の 他		
<p>授業スケジュールに関しては、ゲストの都合で順番が前後する可能性がある。</p>		

科目名		単位	担当教員名
ナレッジ・マネジメント（演習）		2単位	杉野周
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>「ナレッジ・マネジメント」とワンセットで行う。演習では、「ナレッジマネジメント」の授業で紹介した各タイプの技能を観察した結果何が分かったか、何がその技能の特徴かをディスカッションする。</p> <p>—</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. オリエンテーション ディスカッション 2. 言語と身体 ディスカッション 3. 創造性 ディスカッション 4. 思考の技能 ディスカッション 5. 体を使う技能 ディスカッション 6. 体と言語を駆使する技能 ディスカッション 7. 道具を駆使する技能 ディスカッション 8. 「知識」と「わざ」 ディスカッション 9. 「型」構造を生む構造 ディスカッション 10. アクションラーニングⅠ トレーニング 11. アクションラーニングⅡ トレーニング 12. アクションラーニングⅢ トレーニング 13. アクションラーニングⅣ トレーニング 			
授 業 内 容			
1	オリエンテーション	授業スケジュールの説明を行った後、問題提起として職人芸のビデオを見ながら何が行われているかを観察する。	
2	言語学と身体論	言語と意味は一対一に対応するか？この問題に対する言語学上のターニングポイントであるウィトゲンシュタインから認知意味論のレイコフまでの主張を概観する。 デカルト以来の「主知主義」に対して「身体」に光を当てた最初の人であるメルロ＝ポンティ身体論を本講座の出発点として位置づけ、その問題意識と後継者達について検討する。	
3	脳神経学の現在	「知識」を脳神経学の視点から再考する。「知識」は「陳述記憶」として記憶されるが、「わざ」は「手続き型記憶」として記憶され動作として再現される。2つが記憶のシステムも記憶場所も異なる事を明らかにする。	
4	思考中心のパターン	ゲームのようにルールを駆使して行う思考中心のわざの例として、「囲碁」や「チェス」などがある。今回は、「囲碁」の修得課程で現れるプロ棋士の卵とアマチュアにおける訓練方法の差を例に、その能力差とわざの特徴を分析する。	
5	体中心のパターン	水泳や体操のように道具を使わず自己の体のみを使って高度な演技をするタイプのわざについて検討する。例としてスポーツ選手や武道家の訓練を検討する。	
6	体と言語を駆使するパターン	演劇等では身体表現能力と言語表現能力の向上が要求される。「狂言」または「演劇」を例に彼らはどのような訓練を行いプロとしての「身体」を作っているかを検証する。	

7	道具を駆使するパターン	職人に代表される「道具」を自由に操る能力を駆使することにより、優れた作品や商品を作り上げる職人のわざについて検証する。例としては外科医の手技を取り上げる。
8	既存のナレッジマネジメントの検討	現実に行われているわざの修得と実行を前提に、ポラニーの「暗黙知」と野中/竹内の「知識創造」の主張を検討する
9	「型」構造を生む構造	茶道を中心に、過去に行った実例を「型」の視点から再考する。また、教育システムとしての家元制度をピエール・ブルデューの言う文化を再生産する仕組み、構造を生み出す構造として見ていく。
10	アクションラーニングⅠ	グループメンバーで意識を共有し、新しいアイデアを出すための手法を使って、意識改革、組織改革、ビジネス・プランの立案を行うトレーニングを体験する。
11	アクションラーニングⅡ	同上
12	アクションラーニングⅢ	同上
13	アクションラーニングⅣ	同上
履修上の注意・準備学習の内容		
<p>「ナレッジマネジメント」で紹介する技法についてその特徴を観察しメモを取っておくこと。 ナレッジマネジメントとナレッジマネジメント（演習）はセットで行うため、一方だけの履修では履修する意味が殆ど無いことを理解しておいて下さい。</p> <p>・注意事項 授業日程は、ゲスト講師のスケジュールにより変動する可能性があります。</p>		
教 科 書		
参 考 書		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 出席及びクラスへの貢献 (60%) (2) レポート (40%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
自己表現		2単位	三輪 えり花
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>この授業は、ビジネスを進めるにあたり必要不可欠な基本および総合的コミュニケーション能力を、現場において最大限に発揮できるレベルまで高めることを第一の目的とする。</p> <p>プレゼンテーションや交渉の場では、その中身がどんなに魅力的であろうとも、また、どんなに伝えたいことがあるとしても、それを表現する人間その人が魅力的であらねば効果は半減する。素晴らしい台本やレジュメも、それを読み上げる人の表情や声が硬ければ、味気ないものに思える理由はそこにある。逆に言えば、人物が魅力的であれば、予想以上の効果を上げることもできるのである。そしてその魅力の元は、視線や声、腕の動きひとつだったりもするのだ。</p> <p>我々は相手の人物を、微妙な顔の表情やボディランゲージ、声の質感などから判断している。一方で、自分自身も、シーンに応じて様々な自分を演じ分けている。しかし、肝心なときに限って緊張や焦燥で、理想の自分を表現することができなくなることが多い。そうした場でも生き生きと活動するためには、自分自身を、自由な状態へ解放していけばよいのである。同時に、表現の武器としての声・表情筋ほか、身体が微細に放つ意思表示や深層心理表示の能力を使いこなす技（わざ）が必要となる。</p> <p>この授業では、表現者としての自己を身体の基本レベルから見つめ直し、如何なる場に於いても魅力ある自分を演出できるような、ゆとりある心身を保ち、且つ向上させるために、演劇的ワークショップの手法を用いる。発声訓練を使用して声の表現能力を高め、身体と心理の双方を解放する訓練を通して意図したとおりの自分を表現したり、コントロールしたりする能力を育てる。また、激務からのストレス解消のために、俳優のリラゼーションや激しい心理変化に対する対応なども学ぶ。</p> <p>わずか13回の授業で全てが完璧になるなら誰もがスタアになれるのだが、こうした事柄は一朝一夕で叶うものではない。しかしながら、この13回を利用して、自己表現の何たるかと、それに必要なことは何かを学ぶことはできる。後は場面に即して実践を通し、一生をかけて培ってゆかねばならない。世界の舞台に出ても立派に通用するリーダーとして振舞える人間を育てることが、この授業の究極の目的である。</p>			
授業内容			
1	心身のバランス	自分を解放するためにまず自分を知る。自分の心身に対してオープンになり、自分を知るところから、心身のバランスを見つけていく。	
2	身体各部の意思	指先などの繊細な箇所、腰や背骨などの大きな箇所、それぞれに意思表示が示される。それを認識しながら、意思で動かせるようにする。	
3	表情の意思	繊細な表情筋を自分のものとして感じ、心理と表情の連動性とコントロールを学ぶ。	
4	空間と自分の関係	自分という肉体的な存在を認識したら、それを外界と繋げていく。位置関係を知り、その中での立場のあり方をコントロールする方法を学ぶ。	
5	己自身の声	人間的な表現の最大の武器、声について学ぶ。まずは自分自身の声を見つけ、そこがいかに関無限の可能性を秘めているかを知る。俳優の発声方法と訓練方法も学ぶ。	

6	心身からの情報発信	前5回に行ってきた声と心身の訓練を使って、外界に発信していくときの状態や危険性・可能性を認識し、コントロールすることを学ぶ。
7	心身を使っての情報交換	自分から発信するだけでなく、他者が何を言わんとしているかを掴む。コミュニケーションの始まりである。隠されている深層心理にも触れる。
8	他者との対話：心の交流と発展	相手の情報をさらにコントロールする方法を学ぶ。論理で喝破する方法ではなく、ここでは、相手の心理に食い込みながら相手を変える方法を即興ゲームを使って学ぶ。この回から、服装と化粧による表現の違いも学んでいく。
9	応用1（ロールプレイングー1）	演劇の台本を用いて、日常会話の技術を学ぶ。
10	応用2（ロールプレイングー2）	演劇の台本を用いて、より緊迫した心理での会話の技術を学ぶ。自他の深層心理を追いながら、変化に対応したり、感情をコントロールしたりする方法を学ぶ。
11	応用3（ミーティング術）	演劇の台本を用いて、話し合いの術を学ぶ。それぞれが自己主張をしながら他者との接点を探る。
12	応用4（プレゼンテーション）	演劇の台本を用いて、独自を学ぶ。一人で大勢の他者に対して時間を紡ぎ、ドラマの構成を作っていく技術を学ぶ。
13	まとめ	個人またはグループで題材を用意し、言葉とボディランゲージの双方を駆使したコミュニケーションを使って表現し、講評しあう。今後の課題について話し合う。

履修上の注意・準備学習の内容

動きやすい格好と靴で参加すること。スカート不可。しかし、第8回からは服装と靴、化粧などによる変化もみるので、その都度、指示する。また、上記シラバスはあくまでも進行の目安で、履修生のニーズと進行具合により、変更の可能性がある。

教科書

1. The Use of The Self, by F.M Alexander, Victor Gollancz, London, ed. 1995;
 2. Your Voice and How To Use It, by Cicely Berry, Virgin Books, ed. 1994;
- いずれも必要に応じて部分訳は提供するので、購入の義務は無い。

参考書

- (1) シェイクスピア全集（資料配布）
- (2) 近代劇・現代劇の台本各種（資料配布）

成績評価の方法

- (1) 授業出席点（30%）
- (2) 授業中での議論への参加（40%）
- (3) 最終レポート成績点（20%）
- (4) 宿題（10%）

その他

世界を視野に入れたリーダーをめざす人から、自分を変えたい人まで、幅広く受け入れる。プレゼンテーションや、人前での発表といった実践を研究と併せた授業である。

科目名		単位	担当教員名
オペレーション		2単位	竹之内 隆
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>企業活動のイロハを理解せずに“経営戦略”を語ることは、砂上の楼閣そのモノであろう。本講義では我が国企業オペレーション（製造業・商社・小売業）の実態と先進のITをお伝えする。講義ではマルチ・プロジェクトを管理する理論とIT。ロジカルに問題解決を進めるロジカル・シンキングも、理論と実践を紹介する。授業の概要はポッドキャストにて事前に動画番組として配信する。</p> <p>次のようなコンテンツを順次配信する予定だ。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 予算管理・利益管理 2. Excelでのマーケティング 3. ロジカル・シンキング 4. サプライチェーン・マネジメント 5. プロジェクト管理 <p>◆この動画配信は講義“オペレーション”の補助教材として使用される。</p> <p>◆授業ではテキストとグループディスカッションを重視する。</p> <p>*ポッドキャストとは、アップルが主体になりPCやiPod向けにインターネット配信している音声や画像配信サービス。</p>			
授業内容			
1	オペレーションの背景にある理論とIT教育を行う	プロジェクト管理の理論を伝えるとともにプロジェクトマネジメントシステムについても実際にソフトウェアを通じて実務適用の実態を伝える。	
2	ビジネス発想訓練	リーマンショック以降は過去の経験がまったく通用しないことを痛感したはず。クリエイティブな思考能力が戦略的にビジネスオペレーションを創造する。新聞からビジネス発想を得る訓練を行う。	
3	マーケティングオペレーション	Excelを使った需要予測、新製品開発オペレーションについてふれたが、実務に活かせる多変量解析の基礎をオペレーションマネジメントとして体得する。	
4	サプライチェーンマネジメント	“納期”どおりにモノ造りを実行し、供給することの難しさを伝え、(1) 需要予測の初歩を理解してからExcelでの予測方法を実習する。(2) 生販調整業務プロセスを自動車業界、デジタル家電業界などのサプライチェーンモデルを整理し学習する。(3)MRP基礎及びサプライチェーン供給スケジューリングの基礎理論を学習し、Excelでの最適化計算を実習する。	
5	経営管理オペレーション(1)	予算をたてた時点で、現実と乖離がうまれている昨今。予算管理オペレーションの課題とITの現状を伝え、課題解決をディスカッションする。	
6	経営管理オペレーション(2)	チームにわかれて、サンプル企業を選び、問題点構造図を策定し競合企業との比較をおこないつつ、真の課題を発見し、課題解決を発表し、クラスでディスカッションする。	

履修上の注意・準備学習の内容		
企業での実務経験を三年以上有することが望ましい。		
教科書		
(1) 「カイゼン進化論」日本工業新聞社 拙著 (2) ポッドキャストにて配信する		
参考書		
「クリティカルチェーン—なぜ、プロジェクトは予定どおりに進まないのか？」ゴールドラット 「ロジカル・シンキング—論理的な思考と構成のスキル」照屋華子（著）、岡田恵子（著） 「日経新聞で鍛えるビジュアル思考力」板橋悟（著）		
成績評価の方法		
(1) 授業出席点（60%） (2) 宿題・レポート成績点（20%） (3) 授業中での議論への参加（20%）		
その他		
特に事前の知識は不要だが、経営管理、プロジェクト管理、思考プロセスなどの基礎知識を貪欲に吸収する事前学習が必要になる。事前に配信するポッドキャスト番組をチェックすることで授業中のディスカッションに自然に参加できるようになる。		

科目名		単位	担当教員名
情報システム		2単位	杉野周
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>自社独自で情報システムを開発する時代から ERP 等のパッケージや ASP を利用して情報システムを構築する時代になった。つまり開発から構築の時代になっている。それと共に、情報システム部門のアウトソーシングの余波として、システム要員の削減が行われ、情報システム部門の能力の低下という現象が起こってきた。こうした状況下で ERP という自分たちのノウハウが生かせないブラック・ボックスとしてのパッケージ導入が始まり、企業の情報システム部門は為すすべもなく外部コンサルタントにお任せするしかないという状態が発生した。</p> <p>こうした状態に追い打ちをかけるように、業界再編成の波が押し寄せ合併に伴う情報システム統合という難問が発生し、情報システム部門の弱体化が社会的な問題になって来た。特に、みずほ銀行の合併に伴うトラブルが表面化したことにより、銀行の信用が揺らいだという事件があり、「合併」が問題中心であるかのごとくマスコミでは話題にされてしまったが、それは情報システム構築の特殊例に過ぎず、一企業内でのシステム統合がうまくいかなかったという現象の余波であるに過ぎない。</p> <p>こうした社会変化の中で、状況変化に対応しやすい柔軟な構造の情報システム（継ぎ接ぎだらけの上辺だけ連携したシステムではない）を構築するために、情報システムの企画部門の要員として自社のビジネスを分析し、システムを企画するための視点を得ることが重要になっている。本講座ではシステム・アナリストが情報システムの分析を行うという立場をとらず、コンサルタントまたは、情報システム部門が現場のユーザーに手法を提供し、現場の人自らがモデリングを行う「プロセス・コンサルティング」を前提として、モデリング手法の体験学習を行う。</p>			
授 業 内 容			
1	情報システム部門が抱える問題	今や、情報システムの統合が障害になって企業の合併スケジュールに支障がでるといった問題が発生している。この問題の根本的な原因について検討する。	
2	ビジネス・プロセス	職能型組織を前提にしたシステムから、ビジネス・プロセスという見方へ変化した背景を検討する。	
3	ソフトウェア工学と開発方法論とプロセス・コンサルテーション	企業固有のデータモデルは、ビジネスのドメインが変わらなければ変化することはない。その安定したモデルを分析するための手法をソフトウェア工学に求め、それをじつげんするための開発方法論についても検討を行う。	
4	ケース・スタディー「鈴鹿富士ゼロックス」	プロセス・コンサルテーションの実際と考え方を理解するために、ケースを読む。	
5	概念データモデル	現場主導で安定した企業のビジネスモデルを作成するための手法の解説と初歩的な練習を行う。	
6	モデリング（航空会社）Ⅰ	モデリングの手始めとして、航空会社の時刻表を手掛かりにしモデリングの方法を学ぶ。	
7	モデリング（航空会社）Ⅱ	同上	
8	モデリング（サービス業）Ⅰ	モデルの書き方が理解できた上で、企業の基幹業務を対象にデータモデルを書く。	
9	モデリング（サービス業）Ⅱ	同上	

10	モデリング（携帯電話会社）Ⅰ	サービス業とは異なるモデルとして、携帯電話会社を取り上げる。
11	モデリング（携帯電話会社）Ⅱ	同上
12	モデリング（コンビニ）Ⅰ	コンビニの既存のモデルを描く
13	モデリング（コンビニ）Ⅱ	同上
14	モデリング（コンビニ）Ⅲ	コンビニをベースに新規ビジネスを検討する。
履修上の注意・準備学習の内容		
<p>情報システムをテーマにした授業であるが、最終的に作成するデータモデルも現場の従業員が業務構造を理解するための手法としてトレーニングを行う。</p> <p>実習中心の授業なので、欠席が続くと付いていけなくなるので注意すること。</p>		
教 科 書		
参 考 書		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) クラスへの貢献（100%）		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
情報システム（演習）		2単位	杉野周
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>自社独自で情報システムを開発する時代から ERP 等のパッケージや ASP を利用して情報システムを構築する時代になった。つまり開発から構築の時代になっている。それと共に、情報システム部門のアウトソーシングの余波として、システム要員の削減が行われ、情報システム部門の能力の低下という現象が起こってきた。こうした状況下で ERP という自分たちのノウハウが生かせないブラック・ボックスとしてのパッケージ導入が始まり、企業の情報システム部門は為すすべもなく外部コンサルタントにお任せするしかないという状態が発生した。</p> <p>こうした状態に追い打ちをかけるように、業界再編成の波が押し寄せ合併に伴う情報システム統合という難問が発生し、情報システム部門の弱体化が社会的な問題になって来た。特に、みずほ銀行の合併に伴うトラブルが表面化したことにより、銀行の信用が揺らいだという事件があり、「合併」が問題中心であるかのごとくマスコミでは話題にされてしまったが、それは情報システム構築の特殊例に過ぎず、一企業内でのシステム統合がうまくいかなかったという現象の余波であるに過ぎない。</p> <p>こうした社会変化の中で、状況変化に対応しやすい柔軟な構造の情報システム（継ぎ接ぎだらけの上辺だけ連携したシステムではない）を構築するために、情報システムの企画部門の要員として自社のビジネスを分析し、システムを企画するための視点を得ることが重要になっている。本講座ではシステム・アナリストが情報システムの分析を行うという立場をとらず、コンサルタントまたは、情報システム部門が現場のユーザーに手法を提供し、現場の人自らがモデリングを行う「プロセス・コンサルティング」を前提として、モデリング手法の体験学習を行う。</p>			
授業内容			
<p>「情報システム」とワンセットで行い、「情報システム」で行った講義または問題提起に対してディスカッションを行う。後半は、「情報システム」と同期を取り「データモデリング」のトレーニングを行う。</p>			
1	情報システム部門が抱える問題	<p>今や、情報システムの統合が障害になって企業の合併スケジュールに支障がでるといった問題が発生している。この問題の根本的な原因について検討する。</p>	
2	ビジネス・プロセス	<p>職能型組織を前提にしたシステムから、ビジネス・プロセスという見方へ変化した背景を検討する。</p>	
3	ソフトウェア工学と開発方法論とプロセス・コンサルテーション	<p>企業固有のデータモデルは、ビジネスのドメインが変わらなければ変化することはない。その安定したモデルを分析するための手法をソフトウェア工学に求め、それをじつげんするための開発方法論についても検討を行う。</p>	
4	ケース・スタディー「鈴鹿富士ゼロックス」	<p>プロセス・コンサルテーションの実際と考え方を理解するために、ケースを読む。</p>	
5	概念データモデル	<p>現場主導で安定した企業のビジネスモデルを作成するための手法の解説と初歩的な練習を行う。</p>	
6	モデリング（航空会社）Ⅰ	<p>モデリングの手始めとして、航空会社の時刻表を手掛かりにしモデリングの方法を学ぶ。</p>	
7	モデリング（航空会社）Ⅱ	<p>同上</p>	
8	モデリング（サービス業）Ⅰ	<p>モデルの書き方が理解できた上で、企業の基幹業務を対象にデータモデルを書く。</p>	

9	モデリング（サービス業）Ⅱ	同上
10	モデリング（携帯電話会社）Ⅰ	サービス業とは異なるモデルとして、携帯電話会社を取り上げる。
11	モデリング（携帯電話会社）Ⅱ	同上
12	モデリング（コンビニ）Ⅰ	コンビニの既存のモデルを描く
13	モデリング（コンビニ）Ⅱ	同上
14	モデリング（コンビニ）Ⅲ	コンビニをベースに新規ビジネスを検討する。
履修上の注意・準備学習の内容		
「情報システム」で行った講義内容について実習を行うため、「情報システム」の履修が前提となる。欠席が続くと、全く付いていけなくなるので、注意すること。		
教 科 書		
参 考 書		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) クラスへの貢献（100%）		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
ネットビジネス		2単位	高橋 一 貢
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>インターネットは、企業活動にとって、かかせないものになっている。しかし、インターネットは企業活動の支援ではなく、普及と共にインターネットならではのビジネスが多く登場してきた。この授業では、既存ビジネスの置き換えでなく、インターネットの特徴を生かした独自のビジネスの考察を行う。そのため、この授業では、インターネットの成立からweb2.0を経て、現在にいたる過程の中で、どのようなビジネスが登場してきたかを講義、ケース分析、文献考察の講義から構成される。文献考察は、書籍、論文、記事などを履修者に割り当て、それを授業中に発表してもらい、ディスカッションを行う。</p>			
授 業 内 容			
1	イントロダクション	ネットビジネスが扱う範囲と授業形態の説明	
2	インターネット1	コンピュータの歴史とインターネット	
3	インターネット2	コンピュータの歴史とインターネット2	
4	マーケティングリサーチの新しい潮流	インターネット・リサーチ	
5	インターネット3	web2.0	
6	文献考察	情報化白書	
7	ヒューマンネットワークとネットビジネス	SNS	
8	ケース分析	社内新規事業（社内ベンチャー）	
9	文献考察	音楽配信	
10	小売業とネットビジネス	インターネット・ショッピング	
11	文献考察	ネットワークゲーム	
12	文献考察	携帯電話など	
13	まとめ		
履修上の注意・準備学習の内容			
特になし			
教 科 書			
特になし			
参 考 書			
特になし			
成 績 評 価 の 方 法			
出席 30% 発言 40% テストないしはレポート 30% 文献考察の発表 プラスα%			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
サプライチェーン・マネジメント		2単位	橋本雅隆
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>サプライチェーンは企業間をまたがる業務の連鎖プロセスを指す。業務プロセスは、企画・開発・設計・生産準備・構築・使用・保全・廃棄・回収・再利用といったライフサイクル・サポートのプロセスと、調達・生産・販売・物流・返品・(代金回収)といった基幹業務プロセスからなる。サプライチェーン・マネジメント(SCM)とは、この企業間をまたがる業務プロセス全体を視野に入れたマネジメントのことである。この2つのプロセスを統合した全体プロセスを設計・構築・運用・改善することがSCMの主たる内容である。個別企業のマネジメントとは異なり、企業間の調整と連携を基盤として全体の業務プロセスを望ましい方向へと革新・改善を行う必要がある。本講義では、ロジスティクス論を履修していることが前提となる。</p>			
授業内容			
1	イントロダクション	講義の趣旨，受講上の注意等を説明する。	
2	SCMの概念・背景と定義	SCMに関する基本的な概念とそれが成立した背景，SCMの定義，経営におけるSCM導入の意義や問題点等について説明する。	
3	サプライチェーン・ネットワーク概念	サプライチェーンの基盤となる拠点ネットワークと業務ネットワークの概念について論じる。	
4	在庫理論とSCM(1)	ロジスティクス論で学んだ在庫理論を基礎として，企業間の業務連携に起因する在庫問題を取り上げる。	
5	在庫理論とSCM(2)	VMI，CPFRなど，SCMにおける在庫マネジメントの手法について説明する。また，マーケティングと在庫の関係についても論じる。	
6	SCMのダイナミズム(1)	サプライチェーンの中核となるビジネスプロセスの構造化要因と，ビジネスモデルの関係について論じる。	
7	SCMのダイナミズム(2)	SCMの概念は，市場の変化に応じて多様なプレーヤーが機能補完を行いながら複雑に協働するネットワークの形態へと進化している。	
8	製造業を中心としたSCM(1)	一般消費財や耐久消費財の製造業を中心としたSCMについて，事例を用いて論じる。	
9	製造業を中心としたSCM(2)	大型の装置型産業におけるライフサイクル・サポート・ロジスティクスとSCMの関係について論じる。	
10	流通業を中心としたSCM(1)	流通業におけるストアフォーマットとSCMの関係を構造的に論じる。また，国内外の事例について検討する。	
11	流通業を中心としたSCM(2)	アパレル，食品などの流通業の事例を取り上げ，川下起点のSCMについて論じる。	
12	SCMと3PL(1)	3PLの概念を整理し，SCMにおける3PLの役割について論じる。特に，3PLのビジネスモデルについて整理する。	
13	SCMと3PL(2)	3PLの事例を紹介し，3PLの高度化について論じる。	
14	グローバルSCM(1)	グローバルロジスティクスとSCMについて，その課題と解決策について事例を用いて説明する。	

15	グローバル SCM(2) およびまとめ	グローバル SCM の事例と本講義のまとめを行う。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
数回の課題提出および発表を課す。ロジスティクス論を履修していることが望ましい。		
教 科 書		
中田信哉・橋本雅隆・湯浅和夫・長峰太郎著『現代物流システム論』有斐閣		
参 考 書		
必要に応じて授業中に指示する。		
成 績 評 価 の 方 法		
出席点 30%，発言点 30%，課題点 40%とする。		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
イノベーション論		2単位	山川 義介
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>イノベーションとは、「技術革新」と訳される事が多いのですが、必ずしも技術だけではなく、「社会に持続した発展をもたらす人間の創造的活動」であり、「経営革新」も含まれます。蒸気機関の発明により産業革命が推進され、その後数々の画期的技術革新が生活者に多くの変化をもたらし、豊かな暮らしを実現して来ました。そもそも人間は豊かで幸せな人生を送るために勉強もし、仕事もし、社会に貢献するのだと思いますが、それを実現するための担い手が、現代では企業であり、企業の発展なくしては人類の発展はないと言っても過言ではないでしょう。企業の発展に欠かせないものが、イノベーションだと考えられます。</p> <p>シュンペーターは、経済発展の推進には自然発生的、連続的発展に期待するのではなく、企業家を中心とした経営資源の「新結合」（イノベーション）が必要である事を最初に指摘しました。ドラッカーはこの流れを継承しつつ、技術の発明だけではなく経営管理の重要性に着目し、創造的破壊を実践できるように体系化、その方法論を示したと言えます。</p> <p>イノベーションを余りにも難しく考え過ぎている人も多いのですが、本講義では、そもそもイノベーションとは何か、なぜイノベーションが必要なのか、次にその歴史的背景を学んだ後に、実際に私自身が行なったメーカーで開発から上市するまでのマネジメントやマーケティング、その他各社の具体的な事例を説明することで理解を深めたいと思います。</p> <p>またイノベーションを起こす人をアントレプレナーと言うそうですが、メーカー、商社を経てリアルアントレプレナーとして3社のベンチャーを創業し、現在も新しいレコメンドエンジンや最適化エンジン、CRMソリューションを開発している経験を生かし、ベンチャーにおける差別化戦略、組織、資金調達の実際、マネジメントや、最新のeビジネスの動向、今後のイノベーションの方向性についても、毎回トピックという形で触れたいと思います。</p> <p>講義は、分かりやすい言葉で極力多くの事例を挙げながら進めたいと思います。最終的には、イノベーションとは何か、どうすればイノベーションを起こせるかについてのディスカッションを通しレポートを書いていただきます。</p>			
授 業 内 容			
1	講義の進め方、全体の俯瞰	イノベーションとは何か	
2	なぜイノベーションが必要なのか	イノベーション生成の原則イノベーション論の俯瞰	
3	ヨーゼフ・シュンペーターのイノベーション論	創造的破壊	
4	イノベーションとは何か	企業家とその役割	
5	P.F. ドラッカーのイノベーション論(1)	P.F. ドラッカーを理解する上での言葉の定義	
6	P.F. ドラッカーのイノベーション論(2)	イノベーションの7つの機会、イノベーションの原理	
7	グループ討議(1)	ある企業に関して、その企業のイノベーションの歴史を研究し、グループに分かれて討議し発表していただきます。	
8	P.F. ドラッカーのイノベーション論(3)	事例研究、ドラッカー名言集	

9	クレイトン・クリステンセンの破壊的イノベーション論 (1)	持続的イノベーションと破壊的イノベーション ローエンド型と新市場型破壊的イノベーション
10	クレイトン・クリステンセンの破壊的イノベーション論 (2)	イノベーションへの解, ディベート討議
11	クレイトン・クリステンセンの破壊的イノベーション論 (3)	ブルーオーシャン戦略
12	その他のイノベーション論, 事例研究	メディチ・インパクト, ジェフリー・ムーアのライフサイクルイノベーション
13	グループ討議 (2)	テーマを決めて, イノベーションとは何か, イノベーションはどうすれば起こせるかをグループに分かれて討議します。
履修上の注意・準備学習の内容		
<p>講義終了後 24 時間以内に毎回簡単なレポートをエクセルで提出していただきます。</p> <p>< 1 >勉強になったこと < 2 >面白いと思ったこと < 3 >分からなかったこと < 4 >その他要望や意見</p> <p>質問の回答は内容によっては講義の中で詳しく復習します。要望や意見も反映していきたいと考えており, よりインタラクティブな講義を目指します。</p>		
教 科 書		
<p>特にありません。</p> <p>資料は毎回配布し, その他参考資料の PDF も指定サーバーに保存しておきます。</p>		
参 考 書		
<p>(1) 「企業家とは何か」 J.A. シュンペーター, 東洋経済新報社, ISBN : 4-492-37089-6 (2) 「イノベーションと企業家精神 (上)」 P.F. ドラッカー著, ダイヤモンド社, ISBN : 4-478-32085-3 (3) 「イノベーションのジレンマ」クレイトン・クリステンセン著, 翔泳社, ISBN : 4-7981-0023-4 (4) 「ブルー・オーシャン戦略競争のない世界を創造する」 W・チャン・キム, レネ・モボルニュ著, ランダムハウス講談社, ISBN : 4-2700-0070-0 (5) 「新製品・新事業開発の創造的マーケティング」石川昭, 辻本篤編, 生産性出版, ISBN : 4-7571-2174-1</p>		
成 績 評 価 の 方 法		
<p>(1) 授業出席点 (30%) (2) 毎回の受講レポート (30%) (3) 最終レポート成績点 (40%)</p>		
そ の 他		
<p>参考図書の (1) ~ (3) はシュンペーター, ドラッカー, クリステンセンというイノベーションの王道を学ぶのには欠かせない著作ですが, 簡単な解説本も出ていますので, そちらを参照してもよいでしょう。(4) は競争のない世界を創造するブルーオーシャン戦略に関するものです。(5) は拙著ですが, 新製品, 新事業開発のマーケティング, 情報収集, 開発管理や評価など具体的な進め方を事例を通して学べるものです。</p>		

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディ I (マネジメント)		2単位	杉野周
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ケース・スタディでは「プロダクト・イノベーション」と「プロセス・イノベーション」および「組織改革」のケースを中心にしてディスカッションを行う。今回取り上げるケースは様々な領域の問題解決を図る事を求めている場合があるが、今回は「プロダクト・イノベーション」と「プロセス・イノベーション」に焦点を当て、「イノベーション」がどのようにして起きたか、またそれを発展させるために必要な「組織改革」はしたら良いかという点についてディスカッションを行う。</p> <p>最後の数回は、応用編として最近の事例についてディスカッションを行う。</p>			
授業内容			
1	オリエンテーション「聖路加国際病院 ―地下鉄サリン事件への対応―」	混乱した状態からどのように正しい答えを導き題したかを検討する。	
2	「3M の製品開発」	画期的な新製品を相次いで生み出し、財務的にも安定した大企業である 3M の製品開発のしくみに関するケース。	
3 13	下記の特徴あるケースを選択し ディスカッションを行う。	<ul style="list-style-type: none"> ・フェデラル・エクスプレス ・タコ・ベル ・サウスウエスト航空 ・スターバックス ・AES 蜂の巣システム <p>これ以外に、現在進行中の事例を取り上げてディスカッションすることもある。</p>	
履修上の注意・準備学習の内容			
積極的に参加する事。			
教科書			
参考書			
ケースは指示したものを購入する事。			
成績評価の方法			
(1) 出席 (40%) (2) クラスへの貢献 (60%) (出席しても、グループディスカッションに貢献しないと評価の対象とならない)			
その他			

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディⅡ（マネジメント）		2単位	杉野 周
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ケース・スタディⅡは、ケースⅠとワンセットで行い、ケースⅠで行った状況認識を元に、より深いディスカッションを行う。</p>			
授業内容			
1	オリエンテーション	「聖路加国際病院 一地下鉄サリン事件への対応」 混乱した状態からどのように正しい答えを導き題したかを検討する。	
2	「3Mの製品開発」	画期的な新製品を相次いで生み出し、財務的にも安定した大企業である3Mの製品開発のしくみに関するケース。	
3 13	<p>下記の特徴あるケースを選択し ディスカッションを行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・フェデラル・エクスプレス ・タコ・ベル ・サウスウエスト航空 ・スターバックス ・AES 蜂の巣システム <p>これ以外に、現在進行中の事例を取り上げてディスカッションすることもある。</p>		
履修上の注意・準備学習の内容			
積極的に参加する事。			
教科書			
参考書			
ケースは指示したものを購入する事。			
成績評価の方法			
<p>(1) 出席 (40%) (2) クラスへの貢献 (60%) (出席しても、グループディスカッションに貢献しないと評価の対象とならない)</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディ III (マネジメント)		2単位	野田 稔
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ケーススタディは、マネジメント上の問題解決を疑似体験できるツールである。実際の企業に起きたことを題材に、問題解決に疑似体験を行いたい。ケーススタディ III, IV は経営戦略と組織論を中心としたケースを選び議論する。経営組織論（マクロ組織論）、組織行動論（ミクロ組織論）、人材育成論、ヒューマンリソース論など一連の人事・組織系各講座との連携を考えながら講義を進める。独立した講義として位置づけるが、場合によっては各講義の延長線上の議論を行うこともあることを含んでいただきたい。従って、可能な限り上記各講義も受講することが望ましい。ただし、必須ではない。また、年度をまたがっての受講でもかまわない。ただし、ケーススタディ IV はケーススタディ III と連続して行われるので、受講の際は同じ期に同時に受講すること。</p>			
授業内容			
1	イントロダクション	ケーススタディの進め方について理解する。効率的な議論が出来るように、ミーティングマネジメントの基礎を講義する。併せて受講者同士の相互理解を深める。	
2	事業と組織 (1)	「組織は戦略に従う」とは課のアルフレッド・チャンドラーの言葉だが、組織と戦略、組織と事業の適合は極めて重要なマネジメントのテーマである。何回かに分けてこの問題を扱う。(続く)	
3	事業と組織 (2)	事業と組織では、P & G のグローバル化と組織再編問題、グラクソとスミスクラインビーチャムの合併に伴う組織問題、メルクの環境変化対応などをケースとして扱う予定である。(続く)	
4	事業と組織 (3)	なお、扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。	
5	組織変革 (1)	組織変革は企業が生き残る上において避けて通れない道である。しかし、組織を構成する生身の人間は、とかく変革を恐れ、面倒くさがり、効果を疑うものである。組織変革の問題を数回に分けて扱う。(続く)	
6	組織変革 (2)	ここで扱うケースとしては、新生銀行の企業文化統合と再生、GE ジャックウエルチの企業変革、アサヒビールの組織変革などを取り上げる。(続く)	
7	組織変革 (3)	なお、扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。	
8	HRM(1)	精緻にくみ上げられた組織もこれを運用する人材の能力と意欲が伴わなければ、絵に描いた餅となる。いかにして人材の能力を高め、意欲を掻き立てるか、各社の取り組みを数回に分けて取り扱う。(続く)	
9	HRM(2)	ここで取り扱うケースとしては、ABB の人材マネジメント、マッキンゼーのコンピタンスマネジメント、マブチモーターのグローバル人材マネジメントなどを取り上げる。(続く)	
10	HRM(3)	なお、扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。	

11	リアルケース (1)	ケーススタディの最終テーマとして、実際の企業が現在取り組んでいる課題を取り上げ、チームとしてのソリューションを考える。(続く)
12	リアルケース (2)	実際に企業変革担当者と呼び、リアルに問題意識を語ってもらうことを想定している。
13	ケーススタディの総括	リアルケースのソリューションをチームごとに発表し、相互に意見交換する。この発表をコース全体の評価の対象とする。
履修上の注意・準備学習の内容		
このコースは組織・人事系講義の一環として位置づけられる。従って、経営組織論、組織行動論、ヒューマンリソース論、人材育成論などの講義をあらかじめ受講する、もしくは同時履修していることが望ましい。ただし、これを必須条件とはしない。なお、ケーススタディ III, IV は必ずセットで受講すること。		
教 科 書		
各回ケースを各自入手すること。ケース入手法に関しては第一回の講義時に指示する。		
参 考 書		
講義の中で適宜指示する。		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (40%) (2) リアルケースの成績点 (30% (チーム得点+個人貢献加点 (チーム内相互評価)) (3) 授業中での議論への参加 (30% (野田の主観評価。加点法を用いる。))		
そ の 他		
ケーススタディ法は正解がない講義である。自らの頭で論理的に考え、これを適切な方法で伝えることが求められる。講義への積極的な参加が大前提となることを認識していただきたい。		

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディ IV (マネジメント)		2 単位	野 田 稔
開講区分	後期	配当年度	1・2 年
授業の概要・到達目標			
<p>ケーススタディは、マネジメント上の問題解決を疑似体験できるツールである。実際の企業に起きたことを題材に、問題解決に疑似体験を行いたい。ケーススタディ III, IV は経営戦略と組織論を中心としたケースを選び議論する。経営組織論（マクロ組織論）、組織行動論（ミクロ組織論）、人材育成論、ヒューマンリソース論など一連の人事・組織系各講座との連携を考えながら講義を進める。独立した講義として位置づけるが、場合によっては各講義の延長線上の議論を行うこともあることを含んでいただきたい。従って、可能な限り上記各講義も受講することが望ましい。ただし、必須ではない。また、年度をまたがった受講でもかまわない。ただし、ケーススタディ IV はケーススタディ III と連続して行われるので、受講の際は同じ期に同時に受講すること。</p>			
授 業 内 容			
1	イントロダクション	ケーススタディの進め方について理解する。効率的な議論が出来るように、ミーティングマネジメントの基礎を講義する。併せて受講者同士の相互理解を深める。	
2	事業と組織 (1)	「組織は戦略に従う」とはかのアルフレッド・チャンドラーの言葉だが、組織と戦略、組織と事業の適合は極めて重要なマネジメントのテーマである。何回かに分けてこの問題を扱う。(続く)	
3	事業と組織 (2)	事業と組織では、P & G のグローバル化と組織再編問題、グラクソとスミスクラインビーチャムの合併に伴う組織問題、メルク的环境変化対応などをケースとして扱う予定である。(続く)	
4	事業と組織 (3)	なお、扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。	
5	組織変革 (1)	組織変革は企業が生き残る上において避けて通れない道である。しかし、組織を構成する生身の人間は、とかく変革を恐れ、面倒くさがり、効果を疑うものである。組織変革の問題を数回に分けて扱う。(続く)	
6	組織変革 (2)	ここで扱うケースとしては、新生銀行の企業文化統合と再生、GE ジャックウエルチの企業変革、アサヒビールの組織変革などを取り上げる。(続く)	
7	組織変革 (3)	なお、扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。	
8	HRM(1)	精緻にくみ上げられた組織もこれを運用する人材の能力と意欲が伴わなければ、絵に描いた餅となる。いかにして人材の能力を高め、意欲を掻き立てるか、各社の取り組みを数回に分けて取り扱う。(続く)	
9	HRM(2)	ここで取り扱うケースとしては、ABB の人材マネジメント、マッキンゼーのコンピタンスマネジメント、マブチモーターのグローバル人材マネジメントなどを取り上げる。(続く)	
10	HRM(3)	なお、扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。	

11	リアルケース (1)	ケーススタディの最終テーマとして、実際の企業が現在取り組んでいる課題を取り上げ、チームとしてのソリューションを考える。(続く)
12	リアルケース (2)	実際に企業変革担当者と呼び、リアルに問題意識を語ってもらうことを想定している。
13	ケーススタディの総括	リアルケースのソリューションをチームごとに発表し、相互に意見交換する。この発表をコース全体の評価の対象とする。
履修上の注意・準備学習の内容		
このコースは組織・人事系講義の一環として位置づけられる。従って、経営組織論、組織行動論、ヒューマンリソース論、人材育成論などの講義をあらかじめ受講する、もしくは同時履修していることが望ましい。ただし、これを必須条件とはしない。なお、ケーススタディ III, IV は必ずセットで受講すること。		
教 科 書		
各回ケースを各自入手すること。ケース入手法に関しては第一回の講義時に指示する。		
参 考 書		
講義の中で適宜指示する。		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (40%) (2) リアルケースの成績点 (30% (チーム得点+個人貢献加点 (チーム内相互評価)) (3) 授業中での議論への参加 (30% (野田の主観評価。加点法を用いる。))		
そ の 他		
ケーススタディ法は正解がない講義である。自らの頭で論理的に考え、これを適切な方法で伝えることが求められる。講義への積極的な参加が大前提となることを認識していただきたい。		

科目名		単位	担当教員名
企業分析		2単位	山口 不二夫
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講義は企業分析の理論を学習し、データを用いて実際の企業の分析が可能となることを目的とする。企業分析の方法を大きく2つに分類すると、定性分析と定量分析に分けることが可能である。定量分析とはおもに財務（会計）データを用いて、企業を分析する方法であり、定性分析とは非財務データを用いて企業を分析する方法である。現在最も、確度の高い企業評価は社債の格付けであると呼ばれている。社債の格付けに際しては、定量分析と定性分析とはほぼ半々の割合をしめている。</p> <p>本講義では財務データを用いた定量分析を初歩から学習する。定量分析を中心とする理由は、財務データという抽象度の高いデータを用いることで、定性分析よりも業界や時代、地域性に左右されない、普遍性の高い分析方法を習得することができるからである。もちろん定性分析での着眼点も学習するが、定性分析については主にIIの課題である。</p> <p>授業の前半は、企業分析の理論を学習する。さらに資料収集の方法、ケースを用いての趨勢分析、比率分析、企業評価、標準的企業についてのコンサルティングレポートの作成ができるように学習を行う。</p> <p>授業で使用するケースは、全日空、日本航空、日産自動車、阪急電鉄、楽天、ソフトバンク、JT、ライブドア、コーセーなどが候補ですすでに準備済みである。皆さんの一番興味をもてる企業をとりあげたい。</p>			
授業内容			
1	講義の概要説明と企業分析とは何か	履修方法の説明および企業分析とは何か（テキスト山口『企業分析』白桃書房、第I章）	
2	企業分析の前提1	資料収集の方法と比較データ集の入手方法（山口『企業分析』第II章）	
3	企業分析の前提2	企業の簿記と会計の復習（III章）	
4	財務資料の見方	ケースを用いた損益計算書、貸借対照表、キャッシュフロー計算書の見方（以下、ケース資料を用いる）	
5	趨勢分析1	経営基本指標と損益計算書の趨勢分析（VII章）	
6	趨勢分析2	貸借対照表の趨勢分析（VII章）	
7	収益力の分析	収益力の指標、売上高諸費用比率（VIII章）	
8	活動性の分析	回転率の指標による分析（VIII章）	
9	生産性の分析	付加価値と生産性の指標による分析（IX章）	
10	損益分岐点分析	損益分岐点分析の方法と限界、問題点（IX章）	
11	企業評価の方法	総合評価、企業評価、格付け、コンサルティングレポートの書き方（XI章）	
12	外国企業の分析方法	ケースを用いた外国企業の分析（資料配布）	
13	まとめ	まとめ、質疑応答	
履修上の注意・準備学習の内容			
財務会計論の履修，並行履修，あるいは財務会計についての基礎的な知識を必要とする。			
教科書			
山口『企業分析：増補版』白桃書房			

参 考 書
<p>会計学については、齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東京大学出版会、パレプ他著、斉藤訳『企業分析入門』東京大学出版会（「入門」とあるが中・上級者向け、統計、ファイナンスの知識を必要とするが良書）</p>
成 績 評 価 の 方 法
<p>(1) 出席・平常点（20%） (2) レポート（クラスサイズが大きければ試験）（80%）</p>
そ の 他
<p>教科書が入手できない場合は、資料を配布する。</p>

科目名		単位	担当教員名
企業分析（演習）		2単位	山口 不二夫
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>企業分析の基礎的方法を習得することを目的とする。各自対象企業を選定し、財務データを中心にした企業の分析・評価・提言の実践をおこなう。企業分析に必要な業界分析についても適宜学習する。</p> <p>具体的には各自、分析対象企業を決め、データ収集し、配布した経営分析ソフトに入力して、趨勢分析、比率分析、企業評価をおこなう。さらにその企業の所属する業界の分析、ライバル企業の分析をおこなう。個別企業の分析にあたってはプレゼンテーションをおこない、そのあとの討論を経て、課題を発見し分析を進める。何回かこのような作業をおこない分析を深める。</p>			
授業内容			
授業は以下のサイクルで進行する。			
1	対象企業の選定と資料収集		
2	データ入力と企業分析報告資料（表）作成		
3	報告資料を授業の構成員に配布（原則として発表の前週）		
4	経営分析の報告。コメントを受け改善点を発見		
5	さらなる資料収集と改良された資料の作成		
6	改善された報告資料を授業の構成員に配布（原則として発表の前週）	以下、繰り返し 他のクラスメートから受け取った報告資料には、次週までに必ずA 4, 1枚のコメントを作成し提出する。	
履修上の注意・準備学習の内容			
財務会計論, 企業分析の並行履修もしくは同等の学力を必要とする。経営分析のソフトを使用するので、表計算ソフト excel を扱えること。			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
(1) 出席・平常点（クラスメートの資料へのコメントを含む）（40%）			
(2) 各自選定企業の経営分析レポート（60%）			
その他			

科目名		単位	担当教員名
非営利組織の会計		2単位	山口 不二夫
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講義は企業分析論Iで扱うことのできなかった、金融機関、第3セクター、公社・公団など標準的でない財務諸表の分析技法と定性要因についての分析を学習する。そのなかで最も特殊な財務諸表の一つである学校法人など非営利組織を含む経営分析の方法を、ケースを用いて学習する。これらについては財務諸表自体が、標準的なものと異なることから、まず会計理論と財務諸表の様式を学習し、データを用いて実際の組織の分析ができるようになることを目的とする。</p> <p>さらに、非営利組織の評価のためにはサービスの評価が必要なことから、市場化されていない（市場で評価されていない）サービスの評価方法、非貨幣による組織の評価方法を考える。このことは結局、組織の無形資産の認識と無形資産の評価の問題であることを確認し、無形資産の会計処理さらには物量会計、Non Monetary Accounting を考える。これらの無形資産や物量会計は営利企業においても重要な課題となりつつあるからである。</p>			
授 業 内 容			
1	講義の概要説明履	修・評価方法の説明およびテキスト資料の説明	
2	金融機関の経営分析	ケースによる銀行業の経営	
3	第3セクターの経営分析	第3セクターの経営分析とコーポレートガバナンス	
4	公社・公団・独立行政法人の経営分析1	都市公団・都市再生機構などのケースを用いた公社公団、独立行政法人の会計と分析方法	
5	公社・公団・独立行政法人の経営分析2	道路公団などケースを用いた公社公団、独立行政法人の会計と分析方法	
6	学校法人の経営分析	ケースによる学校法人の経営分析	
7	国立大学法人の経営分析	国立大学法人の財務諸表の分析	
8	病院の経営分析	自治体病院のケース分析	
9	公益法人の経営分析	公益法人の経営分析方法	
10	自治体のバランスシートの分析	自治体のバランスシートと行革コスト計算書の分析方法	
11	サービス・無形資産の分析技法	無形資産の会計処理	
12	物量会計と Non Monetary Accounting あるいはゲストレクチャー	物量会計、環境会計、マテリアル・エネルギー・フロー・コスト計算書、新財産目録の提案 あるいはゲスト講義	
13	まとめ	まとめ、質疑応答	
履修上の注意・準備学習の内容			
財務会計論の履修、並行履修、あるいは財務会計についての基礎的な知識を必要とする			
教 科 書			
現在のところなし			
参 考 書			
山口他『私立大学の財政分析ができる本』大月書店			

成 績 評 価 の 方 法
(1) 出席・平常点 (20%) (2) レポート (80%)
そ の 他
授業内容は、各年次の参加者の興味によって一部分が深く掘り下げられることがある、その分他の面が省略されることがありえるのでご承知いただきたい。

科目名		単位	担当教員名
非営利組織の会計（演習）		2単位	山口 不二夫
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>企業分析能力の向上と研究論文執筆の指導を目的とする。各自Iでのテーマを受けてデータによる企業分析の深化と課題の発見をおこなう。そのうえで文献研究を交えた研究論文の書き方も指導する。</p> <p>「非営利組織の会計（演習）」では、「企業分析」での各自、個別企業の分析をうけて、さらに上級の分析技法の開発、研究をおこなう。それらには業界分析、将来キャッシュフローの予測、無形資産の評価、非営利組織の評価、非貨幣による組織の評価方法などが含まれる。</p>			
授業内容			
<p>本演習は非営利組織あるいは営利組織の経営分析のアドバンストな時間であり、原則として参加者が各自個別の分析を行い、ケースを開発する。</p> <p>各自、テーマを定め、定期的に報告、プレゼンテーションを行い、討論を通じての相互の問題意識の理解と学習の深化に努める。そのうえで、研究論文作成のための準備論文を作成することを試みる。出席者の扱うテーマが営利組織（株式会社）であってもさしつかえないことを付記する。―― 授業は企業分析（演習）山口担当と同じサイクルで進行するので参照されたい。毎回ケースデータによる分析実践と討論を行う。</p> <p>報告者がいない時は、教員の準備したケースの検討あるいは、ゲストによるレクチャーを考えている。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>財務会計論、企業分析と同演習を既修していること、非営利組織の会計の並行履修もしくは同等の学力が必要。</p>			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>(1) 出席・平常点（50%）</p> <p>(2) レポート（50%）</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
経営戦略会計Ⅰ		2単位	落合 稔
開講区分	前期	配当年度	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>経営戦略会計Ⅰは、会計を学び財務諸表を理解する。財務諸表の理解を通して、財務分析力、経営判断力を深め、経営の大局観をつかむ。会計によってマネジメント力を高める実践的な会計である。</p> <p>初めて会計を学ぶ者も理解できるように、会計の基礎理論を公表財務諸表と関連づけながら学習を進め、会社の経営成績、財政状態、キャッシュフロー状況を理解する。個別財務諸表の基礎的構造等を理解した上で、連結財務諸表の仕組みを習得する。この過程でアカウンタビリティ（経営者の説明責任）としての財務報告や会計による意思決定を学び、会計リテラシー能力を高め、会計と経営の有機的結合が企業経営には不可欠であることを学習する。講義、ケーススタディ、演習の組み合わせにより学習効果を高めたい。また重要な新会計基準も学習する。</p> <p>履修上の注意点としては、経営戦略会計Ⅰは、経営戦略会計Ⅰ（演習）とセット履修となっているため、両方を一緒に選択することが原則である。2つの授業内容は関連性が深い。</p>			
授業内容			
1	経営戦略会計Ⅰの概要	ガイダンス、会計の役割、アカウンタビリティ	
2	会計で経営の大局観をつかむ	ケーススタディ	
3	会計ルールの基礎	会計原則、会計基準	
4	損益計算書	発生基準、費用収益対応、費用配分原理など	
5	貸借対照表	資産・負債・資本項目の会計	
6	財務分析	収益性、流動性、生産性、等の分析	
7	キャッシュフロー計算書の分析	ケーススタディ	
8	連結財務諸表の仕組み	連結と持分法、内部取引消去、未実現損益消去等	
9	決算方針と期間業績（1）	ケーススタディ（個別会計基準の検討）	
10	決算方針と期間業績（2）	ケーススタディ（コンプライアンスと経営判断）	
11	財務デューデリジェンス	ケーススタディ	
12	新会計基準	新会計基準の最新動向	
13	前期まとめ	復習と解説	
履修上の注意・準備学習の内容			
<ul style="list-style-type: none"> ・原則として、経営戦略会計Ⅰ（演習）とセット履修である。 ・準備学習としては、授業内容に関わる教科書・参考書が手引となる。 			
教科書			
「財務諸表の分析入門」 落合稔 千倉書房 2010年 「CFOの戦略会計」 落合稔 中央経済社 2004年 なお、必要な参考資料等のコピーはその都度配付します			
参考書			
「新会計：新訂版」 新井益太郎、稲垣富士男 実業出版 2008（初級） 「ビジネス・アカウンティング」 山根 節 中央経済社 2007（中級） 「CFOハンドブック」 落合稔 中央経済社 2006（上級）			

成 績 評 価 の 方 法
(1) 授業出席点 (40%) (2) 期末試験 (40%) (3) クラスでの貢献度 (20%)
そ の 他
関連テーマに関するゲスト講師の招聘を計画しているため、一部授業内容等変更になることがあります。

科目名		単位	担当教員名
経営戦略会計Ⅰ（演習）		2単位	落合 稔
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>この演習Ⅰは、経営戦略会計Ⅰの各回の授業内容を継続・補完する。</p> <p>演習では2つの方式を採用する。一つは、「ケーススタディ」方式であり、より現実的、多面的に学習する。ケーススタディでは、講義内容に関連が深いテーマのケースモデルを使う。講義では分かりづらい多様な側面や、自分が企業のマネジメントとして当事者に立った場合に、その知識をいかに経営上有効に生かすかという視点で理解を深める。ケースでは、何をどのように考えて意思決定をするかを重視する。二つ目は、「少人数グループ研究」である。学生が選好する研究テーマを幾つか取り上げ、グループ別に研究や討議を重ね、その成果を相互に発表し理解を深める。</p>			
授業内容			
<p>「ケーススタディ」に関しては、経営戦略会計Ⅰの理解を更に深めるため、講義と関連するケースモデルを事前の学習課題とともにその都度配付する。教室では改めてスモール・グループで討議を重ねソリューションに迫る。</p> <p>成果の確認のためグループ相互に発表したり、全体ディスカッションなどを行う。最後には教師はソリューションの解説を行う。</p> <p>ケーススタディは「演習」の2回に1回を目安に実施する。</p> <p>「少人数グループ研究」に関しては、重要な新会計基準等に関連したテーマから学生が自由選好し、少人数のグループ研究、発表、評価を行なう。</p> <p>各回の授業テーマに関しては、経営戦略会計Ⅰの授業内容が参考になる。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>(1) 経営戦略会計Ⅰ（講義）と原則的にセット履修です。</p> <p>(2) ケーススタディに関しては、原則として、予習課題が事前に与えられる。</p>			
教科書			
<p>1. 「財務諸表の分析入門」 落合稔 千倉書房 2010年</p> <p>2. 「CFOの戦略会計」 落合稔中央経済社 2004年</p> <p>なお、必要な資料はその都度配付する</p>			
参考書			
<p>「新会計：新訂版」新井益太郎、稲垣富士男 実業出版 2008（初級）</p> <p>「ビジネス・アカウンティング」山根 節 中央経済社 2007（中級）</p> <p>「CFOハンドブック」落合稔 中央経済社 2006（上級）</p>			
成績評価の方法			
<p>(1) 授業出席点（40%）</p> <p>(2) レポート評価（40%）</p> <p>(3) クラスでの貢献度（20%）</p>			
その他			
<p>演習ではケーススタディ、ディスカッション、学生の研究発表、関係テーマのゲスト講師など多面的な授業運営を図る予定。</p>			

科目名		単位	担当教員名
国内租税法		2単位	川田剛
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>世界を相手にするビジネスマンにとって、租税に関する知識は必要不可欠である。米国のビジネススクール等においても、租税法に関する科目は最重要科目のひとつとして位置付けられている。そこで、本講義では、租税法のうち主として国内租税法について、基礎科目で履修する租税法概論の知識をふまえて、解説していく。</p>			
授 業 内 容			
1	租税法の意義	ここでは国内租税の基本概念について国際租税法との差異に着目しつつ解説する。	
2	租税法の基本原則	ここでは、租税法の基本原則につき、特に租税法律主義を中心にみていく。	
3	租税法の解釈と適用	複雑多岐にわたる経済取引について全て法令で規定することは不可能である。そのため、租税法では法令の解釈と適用が重要である。ここでは具体例をふまえて照会していく。	
4	課税要件	租税賦課の前提となるのは、納税義務者、課税物件、課税標準、税率といった課税要件の充足である。	
5	個人所得課税（その1）	現行税制の根幹をなしているのは、個人所得税である。そこで、ここでは個人所得税の基本的考え方について解説する。	
6	個人所得課税（その2）	所得税においては、所得の種類により所得の計算方法や損益通算等に差異がある。そこで、ここではその差異についてみていく。	
7	個人所得課税（その3）	所得税では、個人の事情に配慮し、人的控除項目が設けられているか、累進税率となっているなど負担能力に応じた課税がなされている。そこで、ここではそれらについてみていく。	
8	インバウンド取引とアウトバウンド取引	取引形態によって課税面で大きな差が生じる。そこで、ここでは、具体的取引例によりその差異を説明。	
9	内国法人課税（その1）	ここでは、法人税の書類、納税義務者、納税地、課税標準、税額の計算、税の納付方法等についてみていく。	
10	内国法人課税（その2）	ここでは、益金及び損金の具体的計算方法につき企業会計等と関連付けてみていく。	
11	相続課税の基本概念	相続税については、国によって税制そのものがなかったり、制度が大きく異なる。そこで、ここでは、相続税及びその補完税である贈与税について基本法制等も含めたところで解説する。	
12	消費課税	ここでは最近増税の可否について議論されている消費課税の基本概念について解説する。	
13	納税者の権利救済	ここでは納税者の権利救済の意義及びその特色について解説する。	
履修上の注意・準備学習の内容			
国内租税に関する基礎知識を備えていることが望ましい（ただし、不可欠の要件ではない）			

教 科 書
金子宏「租税法（13版）」弘文堂
参 考 書
「租税判例百選（第4版）」有斐閣
成 績 評 価 の 方 法
(1) 授業出席率（30%） (2) 授業中の議論への参加（含むレポート）（40%） (3) 最終レポート（30%）
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
国内租税法（演習）		2単位	川田剛
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本科目は、国内租税法とセットの履修科目である。 ここでは、国内租税法をめぐって争われた事例を中心に個別事例の分析、検討を行ない、講義内容のより深い理解に資することを目的とする。</p>			
授業内容			
<p>講義の内容をより深く理解するため、講義テーマに最も関連の深い判例、裁決例を取り上げながら議論を展開していきたいと考えている。係争案件を取り上げることから、グループを3区分（原告、被告、裁判所）し、それぞれのグループ内及びグループ間の活発なディスカッションを期待している。— 基本的にはケーススタディ方式を予定している。報告者は持ち回り方式で最低でも各人が1,2回レポーターとなるようにしたいと考えている。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>次回に討議するテーマについてあらかじめ資料に目を通しておいて欲しい。</p>			
教科書			
<p>「租税判例百選（第4版）」有斐閣、適宜最新判例等配賦</p>			
参考書			
<p>国内租税法（講義）で用いた教科書、参考書</p>			
成績評価の方法			
<p>(1) 出席点（30%） (2) 授業の課題発表（30%） (3) 討論への参加（40%）</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
国際租税法		2単位	川田剛
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ここでは国際租税法の分野で大きな役割を果たしている租税条約について、OECDモデル条約及び最近改正された日米租税条約を中心に講義していく。また、外国税額控除制度、移転価格税制、特定外国子会社税制など、個別の国際税制についてもあわせて講義する。</p>			
授 業 内 容			
1	国際租税の特色	国際租税法は国内租税のそれをベースとしても、かなり異なった面がみられる。そこで、ここではその特色について概説する。	
2	租税条約	わが国を始め、多くの先進国が基本指針としているOECDモデル条約及び途上国で採用されることの多い国連モデル条約について、その沿革、特色等について講義する。	
3	日米条約	2004年4月から発効した新しい日米条約は、特定親子間配当の源泉地国免税、特典享受者制限条項など、いくつかの面で注目すべき改正がなされている。そこで、改正の背景等にも言及しつつ2週も亘り講義する。	
4	その他の条約	ここでは、日米条約以外の条約についてその要旨及び問題点等について講義する。	
5	外国税額控除（その1）	外国税額控除は、かつては国際的な二重課税を防止することにより、それが堂企業の国際競争力を確保する手段として有効に機能してきた。しかし、近年では多国籍企業による不正利用や濫用事例も出現し、見直しを迫られている。そこで、2週に分けて講義する。ここでは外国税額控除の基本的仕組みについて講義する。	
6	外国税額控除（その2）	第2回は最近生じている不正利用にポイントをあてて紹介する。	
7	特定外国子会社税制（その1）	本税制は、タックス・ヘイブンに名目上の子会社等を設立し、そこに所得を集中させることにより企業グループ会社全体の税負担軽減を図るという手段に対抗するために導入された。そこで、本講義では、その基本的な考え方及び最近の問題点について紹介する。	
8	特定外国子会社税制（その2）	ここでは最近生じている問題及び当局の対応等について紹介する。	
9	移転価格税制（その1）	企業グループの租税負担系軽減は、価格操作を通じても行われる。しかし、この場合には、相手国が軽減税国ではないため、相互協議による救済など独自の手法が数多く用いられている。そこで、ここでは本税制の基本的考え方についても講義する。	
10	移転価格税制（その2）	第1回目をふまえ、ここでは最近生じている問題点等についても講義する。	

11	過小資本税制	法人が支払う利子は損金となるが、配当は損金とはならない。そのため本年出資とすべきものを借入金で調達することにより所得圧縮が可能になる。
12	最近に置ける国際的租税回避事例から	最近匿名組合やパートナーシップ、L.L.C. (有限責任会社) など多様な事業体を利用した租税回避事例が多発し、各国で注目されるようになってきている。また、租税条約の不正利用や濫用事例もみられる。そこでここでは、これらに対する分析、検討を行う。
13	まとめ	ここでは、前回までの講義結果をふまえ、国際租税の問題点に関する、検討と対応策について検討する。
履修上の注意・準備学習の内容		
必要に応じ英文資料等に利用を行う		
教 科 書		
川田剛「国際課税の基礎知識」税務経理協会		
参 考 書		
上記に加え、川田剛『タックス・ヘイブン対策税制、過小資本税制』（税務経理協会） 『移転価格税制の基礎知識』（税務経理協会） 本庄資『租税条約』, "International master tax guide" C. C. H.		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席率 (30%) (2) 授業中の議論への参加 (含むレポート) (40%) (3) 最終レポート (30%)		
そ の 他		
国際租税は国内の個人所得税, 法人税, 相続税等に関する知識をベースにしていると理解しやすい。(ただし, 講義でも若干説明する)		

科目名		単位	担当教員名
国際租税法（演習）		2単位	川田 剛
開講区分	後期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>本科目は、国際租税法とセットの履修科目である。</p> <p>ここでは、国際租税法をめぐる争われた事例を中心に分析、検討することにより、講義内容の更なる理解に資することを目的とする。</p>			
授業内容			
<p>講義の内容をより深く理解するため、講義テーマに最も関連の深い判例、裁決例を取り上げながら議論を展開していきたいと考えている。係争案件を取り上げることから、グループを3区分（原告、被告、裁判所）し、それぞれのグループ内及びグループ間の活発なディスカッションを期待している。—基本的にはケーススタディ方式を予定している。報告者は持ち回り方式で最低でも各人が1,2回レポーターとなるようにしたいと考えている。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>次回に討議するテーマについてあらかじめ資料に目を通しておいて欲しい。</p>			
教科書			
<p>最新判例等を適宜席上配賦</p>			
参考書			
<p>国際租税法（講義）で用いた教科書、及び参考書</p>			
成績評価の方法			
<p>(1) 出席点 (30%) (2) 授業の課題発表 (30%) (3) 討論への参加 (40%)</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
国際会計論		2単位	石井 明
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>近年、世界的な規模で権威ある財務報告基準を構築し適用する動きが加速している。欧州連合（EU）の加盟国やオーストラリアの上場会社はすでに2005年の財務報告から国際財務報告基準（IFRS）を使用して連結財務諸表を作成しており、日本も上場会社についてはIFRSの強制適用をほぼ決定している。そこで、本講義は、近い将来、我が国の上場会社が使用するであろうIFRSの概要をまず検討する。次いで、IASB/FASBの共同作業プロジェクトの現状、日本の制度的な課題などを理解して、連結財務諸表についての理解を深める。</p>			
授 業 内 容			
1	国際財務報告とは何か	ガイダンスおよび基本概念について説明する。	
2	財務報告の基礎 (1)	企業制度、財務報告の目的および仕組みを理解する。	
3	財務報告の基礎 (2)	日本の財務会計基準の体系を理解する。	
4	財務報告の基礎 (3)	日本の財務会計実務、監査を理解する。	
5	国際財務報告基準 (1)	英米の会計制度を理解する。	
6	国際財務報告基準 (2)	同 上	
7	国際財務報告基準 (3)	ドイツ・フランス等の会計制度を理解する。	
8	国際財務報告基準 (4)	概念フレームワークを理解する。	
9	国際財務報告基準 (5)	IASB/FASBの共同作業プロジェクトの現状を理解する。	
10	国際財務報告基準 (6)	日本の上場会社の会計実務や金融庁等の動きを理解する。	
11	連結財務諸表制度 (1)	基礎的枠組みを理解する。	
12	連結財務諸表制度 (2)	連結財務諸表制度の要点を理解する。	
13	連結財務諸表制度 (3)	具体的な財務諸表分析を考える。	
履修上の注意・準備学習の内容			
法律・経済・経営の基礎知識を学習しておくこと。			
教 科 書			
ベンストン他、川村義則・石井明監訳『グローバル財務報告』中央経済社。			
参 考 書			
ゴドfrey・チャルマース編、古賀智敏監修・石井明・五十嵐則夫監訳『会計基準のグローバリゼーション』同文館。			
成 績 評 価 の 方 法			
最終試験成績点（50%）授業中での議論への参加および理解（50%）			
そ の 他			
履修者の希望にできるだけ沿う方針である。			

科目名		単位	担当教員名
会計実務		2単位	渡 邊 智
開講区分	前期	配当年次	
		1・2年	
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>《授業の到達目標及びテーマ》</p> <p>この授業は、簿記・会計をこれから学ぼうとする人達が基本的な知識や技能を修得することを目標としている。</p> <p>《授業の概要》</p> <p>この授業は、簿記・会計の基礎をこれから学習しようとする初学者向けの入門科目として位置付けられるものである。したがって、これまで簿記や会計について学んだことがなく、また、職場でもあまり触れる機会が少なかった受講者を対象として、会計実務の根幹をなす複式簿記の基礎を習得しながら会計に関する様々な問題を検討することを目標とする。また、プリントなどの資料を随時配布して可能な限り最新の情報を提供するとともに、理解しやすく説明することを心がけたいと考えている。</p>			
授 業 内 容			
1	簿記・会計とは何か	本講義の学習事項である簿記・会計の概要について説明を行なうとともに、履修上の注意・準備学習の内容などについても伝達する。	
2	貸借対照表	資産、負債および純資産（資本）と、貸借対照表の基本原理について学習する。	
3	損益計算書	収益、費用と、損益計算書の基本原理について学習する。	
4	取引と勘定記入	簿記上の取引概念と勘定記入法について学習する。	
5	仕訳と転記、帳簿記入	仕訳の方法、仕訳帳への記入方法および総勘定元帳への転記方法について学習する。	
6	試算表	合計試算表、残高試算表および合計残高試算表の作成について学習する。	
7	総勘定元帳の締め切りと財務諸表の作成	総勘定元帳における各勘定口座の締め切りと財務諸表の作成など、決算時の処理について学習する。	
8	精算表の作成	基本的な精算表の作成について学習する。	
9	資産会計	資産に関する処理を学習する。	
10	負債会計	負債に関する処理を学習する。	
11	純資産（資本）会計	純資産（資本）に関する処理を学習する。	
12	損益会計・伝票	収益・費用に関する処理、伝票に関する処理を学習する。	
13	決算・まとめ	<p>決算整理、8桁精算表の作成、貸借対照表・損益計算書の作成など、決算に関する処理を学習する。</p> <p>最後に、学習した全ての事項について再度確認を行なう。また、国内外における関連諸法令・諸基準の改廃・新設、研究動向などについて追加して説明する場合もある。</p>	
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
<p>履修の前提として簿記・会計に関する知識・経験は必要としないが、比較的短い期間中に一通りの事項を学習するため、予習、復習、授業中の練習問題および宿題など、受講者が多くの課題に取り組まなければならないという点についてはご了解頂きたい。</p>			

教 科 書		
渡部裕亘・片山覚・北村敬子編著『新検定 簿記ワークブック 3級商業簿記』中央経済社 定価700円+税。		
参 考 書		
新井清光著 川村義則補訂『現代会計学』第11版 中央経済社 定価2,600円+税。		
成 績 評 価 の 方 法		
期末レポートの内容(50%), 授業への出席状況・貢献度(30%) および講義中に課すレポートの内容(20%) の割合で総合的に評価する。		
そ の 他		
履修希望者は初回ガイダンスに出席のこと。		

科目名		単位	担当教員名
中小企業の会計		2単位	赤岩 茂
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>中小企業の会計は、今までは税法基準に従っていたことが一般的であったが、2005年に「中小企業の会計指針」が公表され、その実務への定着は今後の課題である。また、会社法が制定され、中小企業の会計情報の質が問われるようになり、その質の差によって、無担保・無保証の融資を受けられるような有利な状況が出始めている。</p> <p>中小企業でも、会計による管理、会計情報の公開を通じ、「会社を強くする」時代が到来したといえよう。そこで、本授業では、中小企業を取り巻く環境を理解するとともに、中小企業の会計を戦略的に活用する方法を講義する。</p>			
授業内容			
1	中小企業を取り巻く現状と課題	各種公表データ等により、中小企業の現状と課題を明らかにし、中小企業の会計のあり方を研究する参考にする。	
2	ステイクホルダーから見た中小企業会計(1)	中小企業を取り巻くステイクホルダーである金融機関が中小企業会計をどのように見ているか、活用しているかを解説する。	
3	ステイクホルダーから見た中小企業会計(2)	中小企業を取り巻くステイクホルダーである国税当局が中小企業会計をどのように見ているか、活用しているかを解説する。	
4	ステイクホルダーから見た中小企業会計(3)	中小企業を取り巻くステイクホルダーである経営者が中小企業会計をどのように見ているか、活用しているかを解説する。	
5	中小企業会計の信頼性確保	中小企業会計の信頼性確保の手段として公表された「会計指針」、会社法で新設された「会計参与」と「適時性」概念を明らかにする。	
6	中小企業の財務内容の開示	中小企業といえども財務の公開は避けて通れない。現状の開示制度である「決算公開」と「グリーンシート」での開示の概要を説明する。	
7	中小企業会計指針の特徴(1)	公表された「中小企業の会計指針」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。	
8	中小企業会計指針の特徴(2)	公表された「中小企業の会計指針」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。	
9	中小企業会計指針の特徴(3)	公表された「中小企業の会計指針」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。	
10	中小企業会計指針の特徴(4)	公表された「中小企業の会計指針」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。	
11	中小企業会計指針の特徴(5)	公表された「中小企業の会計指針」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。	

12	中小企業会計指針の特徴 (6)	公表された「中小企業の会計指針」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。
13	中小企業会計指針をいかに活用するか	会計指針の実務への定着をどのように図るか。また、会計を活用して「会社を強くする」方法を明らかにする。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
税務・会計に関する知識があることが望まれるが、初心者でも理解できるように授業は進めていく。		
教 科 書		
「正しい決算書の作り方」中経出版		
参 考 書		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (40%) (2) 最終レポート成績点 (50%) (3) 授業中での議論への参加 (10%)		
そ の 他		
現在検討中の新指針についても公表次第解説する。		

科目名		単位	担当教員名
会計監査論		2単位	長吉眞一
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講義では公認会計士や監査法人が行う財務諸表監査について、金融商品取引法監査と会社法監査を中心に理論的考察と実務的検討を行う。そして、今日の会計不信を払拭するには専門能力および知識の涵養とその底辺をなす基本的職業倫理がまさに求められていることを強調する。</p> <p>本講義では監査基準を中心に、とくに次の点について取り上げる。</p> <p>【財務諸表監査の基礎的思考】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●リスク・アプローチ ●監査計画 ●内部統制 <p>【監査基準の重要なテーマ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●財務諸表の重要な虚偽の表示 ●不正・誤謬と違法行為 ●継続企業の前提 <p>また、監査基準に関連する日本公認会計士協会（JICPA）監査基準委員会報告書と倫理規則もあわせて検討する。監査基準委員会報告書は、監査実施上の実務的解釈指針であり、これを理解していないと監査を行うことができない。倫理規則は、監査人としての役割と責任を果たす基本的職業倫理に基づいて、職業専門家に要求される高い知性と倫理規範の達成につながっていくものである。</p>			
授 業 内 容			
1	財務諸表監査の基礎概念	意義、法定監査、限界、監査と職業倫理	
2	金融商品取引法監査制度	証券取引法監査制度の発足、組織的監査、対象、判断基準	
3	会社法監査制度	商法監査制度の発足、会計監査制度、判断基準、会計監査報告	
4	監査基準	意義、変遷、構成	
5	監査人	公認会計士、監査法人、専門能力と知識、CPA AOB, JICPA	
6	監査人の職業倫理	独立性、大会社等に対する規制、正当な注意、守秘義務	
7	不正・誤謬と違法行為	意義、異同、監査論上の意義	
8	リスク・アプローチ	構造、監査リスクの構成（AR, IR, CR, DR）	
9	監査計画	意義、効果、2種類の監査計画、策定要件、修正	
10	内部統制の構造	AICPA〔1994a〕、企業会計審議会〔2005b〕	
11	品質管理	品質管理、品質管理レビュー、モニタリング	
12	継続企業の前提	意義、内容、21年改訂監査基準	
13	監査意見と監査報告書	意義、形成過程、監査報告書の内容	
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>(1) 監査論の既習者、未習者を問わない。</p> <p>(2) ただし、会計（とくに財務会計）の基礎的な知識が必要である。</p> <p>(3) 講義の進展が早いので、とくに予習と復習が重要である。</p>			
教 科 書			
●長吉眞一『監査基準論』、中央経済社、2007年			

参 考 書
(1) 長吉眞一・異島須賀子『監査入門ゼミナール（第3版）』，創成社，2010年 (2) 長吉眞一『財務諸表監査の構造分析』，中央経済社，2000年 (3) 中央経済社編『監査法規集』中央経済社，2009年
成 績 評 価 の 方 法
(1) 授業への出席（20%） (2) 最終レポートの成績（80%）
そ の 他
なし

科目名		単位	担当教員名
業績評価会計		2単位	石井宏宗
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>経営戦略はどのように測定し、評価すべきであろうか。R.Simons (2003) は「戦略の提案者による言葉巧みな説明は聞いて心地がよいかもしれないが、実際にどのようにして価値を生むのかを吟味するためには、戦略を会計数値に落とし込む必要がある」と論じている。経営戦略に会計数値を適用し、効果を測定・評価する手法に業績評価会計がある。業績評価会計とは、経営戦略に連動させた経営計画と統制に関する管理会計のことである。経営戦略は経営計画に展開され、各組織の責任単位で効果を測定し評価がおこなわれる。つまり業績評価会計は、責任単位で計画がきちんと実行されているかを統制するためのものである。授業では業績評価会計についての基礎理論のみならず、最新のトピックや事例研究などディスカッションにも多くの時間を割り当てる。</p>			
授業内容			
1	経営戦略と管理会計の結びつき	業績評価会計の役割。	
2	経営戦略の構築 1	経営戦略と管理会計の関係 (テキスト第 1～2 章)。	
3	経営戦略の構築 2	経営戦略のための組織構築 (テキスト第 3～4 章)。	
4	業績評価システム 1	利益計画の策定 (テキスト第 5 章)。第 1 回レポート提出。	
5	業績評価システム 2	戦略収益性の測定 (テキスト第 6 章)。	
6	業績評価システム 3	投資の意思決定と測定 (テキスト第 7 章)。	
7	業績評価システム 4	外部市場と内部市場の理解 (テキスト第 8 章)。 第 2 回レポート提出。	
8	バランス・スコアカード	財務データと非財務データの測定 (テキスト第 9 章)。	
9	業績指標と戦略リスク 1	統制システムとインセンティブ (テキスト第 10 章・第 11 章)。	
10	業績指標と戦略リスク 2	戦略リスクの測定 (テキスト第 12 章)。	
11	業績指標と戦略リスク 3	戦略リスクの回避 (テキスト第 13 章)。	
12	業績指標と戦略リスク 4	業績評価の課題 (テキスト第 14 章)。	
13	まとめ	業績評価会計について討議。第 3 回レポート提出。	
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>次回の授業範囲を予習し、専門用語を理解すること。</p>			
教科書			
<p>ロバート・サイモンズ『戦略評価の経営学 ―戦略の実行を支える業績評価と会計システム―』(2003), ダイヤモンド社。</p>			
参考書			
<p>谷武幸責任編集『体系現代会計学第 10 巻 業績管理会計』(2010), 中央経済社</p>			
成績評価の方法			
<p>毎回のコメントシート 50%, レポート 50%の結果にもとづき、総合的に評価する。</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
企業評価論		2単位	小西昭博
開講区分	後期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>企業評価論というと株式価値の評価を中心に企業価値の算定を行うというイメージが強いと思うが、この講義では債権者の立場に立った評価方法、すなわち企業の債務償還能力の検討を中心とする企業評価の方法を学んで頂く。今年度は企業評価を受ける立場になったつもりで、評価者は何を知りたいのか、評価者に対してどのように自社の状況を開示していけばよいのか、という視点を重視していく予定。したがって、企業のIR担当者や財務担当者（目指す人）あるいは、起業を目指す人を意識した講義内容にしていきたい。</p> <p>講義ではまず、企業評価を行う上で基礎となる財務分析を紹介し、企業評価は分析者の立場や目的によって使用するツールが異なること実感してもらう。</p> <p>講師の実務経験を基に、格付機関や銀行の貸出審査の方法を紹介し、両者に共通する点と異なる点を理解して頂いた上で、格付機関に対応するIR担当として、あるいは、銀行等債権者に対応する経理・財務担当として、どのように情報を開示すべきか、あるいは、どのような説明を行うと相手が納得するのか、ということを講義全体を通して考えてもらう。講義終了時には、銀行の貸出審査あるいは格付機関のアナリストと互角に渡り合える程度の分析力が身につくことを目標にする。</p> <p>シラバスには、各回の講義の予定を記載しているが、受講者のバックグラウンド、履修状況や講義の進み具合などに応じて変更する場合がある点をご留意頂きたい。</p> <p>成績はレポートに加え、出席状況を勘案する。</p>			
授 業 内 容			
1	オリエンテーション	講義の目標を理解し、これからの講義で行う内容を概観します。	
2	財務分析の基礎(1)	分析者の立場の違いから生じる財務分析上の違いや、分析者としての心構えなど基礎的な事柄を説明します。また、2回にわたり基本的な財務分析の知識を紹介します。	
3	財務分析の基礎(2)	前回に続き、「収益性の分析」、「安全性の分析」など財務分析に馴染んでもらいます。	
4	定性要因の分析	定量的な分析以外にも、非財務情報を用いて評価対象企業を理解することは重要です。沿革・経営者・仕入れ・販売・生産の状況など、企業をとりまく周辺情報を実務の現場でどのように分析しているかを紹介しながら、定性要因の分析について理解を深めます。	
5	環境活動への評価	近時話題の環境金融について考えます。債権者が企業の環境への取り組みをなぜ評価するようになったのか、また、どのような点を評価しているのか考えます。	
6	周辺事情の重要性	企業の信用力を評価する上で、景気の動向などマクロ経済や業界事情など企業をとりまく状況を理解することが重要なものはいくらでもありません。マクロ経済の変化や規制が企業の信用力に与えた影響を事例を通じて学びます。	
7	企業評価と事業評価	企業全体という漠然として評価するのではなく、企業が行う個別の事業を評価することについて考えます。企業が設備投資を行う際に、銀行や格付機関に対する企業側の説明とそれぞれの受け止め方について考えます。	

8	債務償還能力の分析	債権者にとって、もっとも基本かつ重要な債務の償還能力について考えます。
9	総合評価	ひとつおりの定量分析、定性分析を理解した後、分析した結果をどのように統合し、総合的な企業評価につなげていくのかを考えます。評価者の立場や使用目的の違いにより、総合評価の方法も異なります。
10	信用格付けと格付機関	格付けの歴史、格付機関の仕組みや格付けのプロセスを紹介し、現在の格付機関が抱える問題について考えます。
11	信用格付けの実践	格付機関のアナリストに対してどのように対応していくべきか考えます。格付機関の資料請求やインタビューに対してどのように対応するか、格付結果が満足できない場合、どのように対応するのか事例も交えながら検討します。
12	銀行との付き合い方	銀行が行っている信用格付け制度（行内格付け）を理解した上で、個別融資事案の貸出判断がどのように行われるのか考えます。そして、銀行等に対して資金調達者（借入人）としては何を準備すべきか、銀行との日ごろの付き合い方を含めて考えて頂きます。
13	証券化商品の評価	証券化商品をはじめとするストラクチャード商品の評価方法について簡単に解説します。企業が発行するハイブリッド証券(劣後債など)が企業評価に与える影響を考えます。

履修上の注意・準備学習の内容

特に前半は会計や財務分析に詳しい方には簡単に感じられると思います。
会計や財務分析に関心のある方であれば特に問題はありません。

教科書

特に教科書を購入する必要はありません。
適宜、プリントを配布します。

参考書

必要に応じて講義の中で紹介します。

成績評価の方法

- (1) 出席状況 (50%)
- (2) 最終講義にレポートを提出して頂きます (50%)

その他

科目名		単位	担当教員名
キャッシュ・フロー・マネジメント会計		2単位	石井 誠
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>キャッシュフローは、企業活動における投下資本と活動成果を資金面から捉えるものである。過去数年における右上がりの生産経済・金融経済のなかでは、投下資本すなわち有形資本・金融資本・知的資本を如何にマネジメントするかがキャッシュフローを高め企業価値を向上させる上で重要なキーファクターであった。一方、金融危機を端緒とした実態経済の低迷期においては、投下資本の源泉となるキャッシュフローの確保は企業にとって最重要な課題であり、とりわけ事業そのものが生み出すキャッシュフローを高めるマネジメントが重要となる。企業実務において、キャッシュフローに対する事業活動の有効性・効率性を評価しマネジメントする実務力をつけるためにキャッシュフローの構造を理解し、その改善プロセスと分析力を習得する必要がある。</p> <p>本講義では、企業実務の事例をベースに、キャッシュフローによる企業価値向上のためのマネジメント手法を</p> <p>(1) キャッシュフロー構造の理解、 (2) キャッシュフローを高めるためのビジネスプロセス (3)(1)(2)を踏まえ、キャッシュフローの分析を通じた企業価値向上施策の検討</p> <p>の3つの側面から、キャッシュフローマネジメントの今日的テーマと課題を実務面から掘り下げていく。</p> <p>なお本授業は、本講義はファイナンス領域、マネジメント領域、アカウントティング領域の基礎知識を有していなくとも理解ができるようにできる限り事例を中心に授業を行うが、座学ではなく事例における課題や方法論を積極的に討議を行う形式を行うので各領域の基礎知識を有していることが望ましい。企業経営で経営企画、財務企画、IR、コンサルティング、インベストメントバンキング、ベンチャーキャピタル、プロジェクトファイナンスなどの仕事を目指す人には必要な基礎知識となる。</p>			
授 業 内 容			
1	キャッシュフロー (CF) マネジメント概論	本講義の狙い、キャッシュフローと企業価値の関係を理解し、キャッシュフロー・マネジメントの本質を理解する。	
2	キャッシュフロー構造 (1)	キャッシュフローを、財務情報との関係を通じて学び、キャッシュフロー作成の基礎を理解する。	
3	キャッシュフロー構造 (2)	同上	
4	キャッシュフロー構造 (3)	キャッシュフローの作成方法を事例を通じて学び、企業価値向上の視点にたったキャッシュフロー構造の理解を深める。	
5	キャッシュフロー構造 (4)	同上	
6	CF マネジメント実務 (1)	キャッシュフローのマネジメント実務を事例を通じて学ぶ。第1回は利益マネジメント (事業計画プロセス)	
7	CF マネジメント実務 (2)	キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第2回は業務プロセスマネジメント (販売プロセスその1)。	
8	CF マネジメント実務 (3)	キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第3回は業務プロセスマネジメント (販売プロセスその2)。	
9	CF マネジメント実務 (4)	キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第4回は業務プロセスマネジメント (購買プロセス)。	
10	CF マネジメント実務 (5)	キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第5回は業務プロセスマネジメント (在庫プロセス)。	

11	CF マネジメント実務 (6)	キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第6回は業務プロセスマネジメント（研究開発・知的財産プロセス）。
12	CF マネジメント実務 (7)	キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第7回は資本戦略マネジメント（資本プロセス）。
13	CF マネジメント演習	企業事例を通じて、キャッシュフローによる企業価値分析を行い、キャッシュフローによる企業価値向上のためのマネジメントを学ぶ
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
原則として、各回に次回のレジュメ・資料を配布するので、履修者はこれらを読んでいることを前提に講義を行う。		
教 科 書		
全体を通じた統一的な教科書の指定はしない。各回で参考となる文献を事前に推奨する、履修者は積極的に学習してほしい。		
参 考 書		
原則として、事前に推薦参考書を指定する。		
成 績 評 価 の 方 法		
出席（30%）、授業への議論への参加（30%）、レポート（40%）		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
株式公開と会計		2単位	宮 直 仁
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>現代の経済社会において、企業が発展する要素としての資本市場の役割は大変重要である。ここ12年の間にNASDAQ-JAPAN（現大阪JASDAQ市場）、東証マザーズ市場など、地方を含め新たに多くの上場市場が提供されてきた。しかしながら、ITバブルがはじけてからは2005年の新規株式公開（IPO）社数158社、2007年は121社、2008年は49社、更には2010年は22社と急減している。</p> <p>勿論、米国発といわれる金融市場の混乱に基づく株式市場の混迷はIPO社数減少の大きな要因には違いないが、日本国内におけるIPO銘柄の会計不祥事から発する市場の失望感・信頼性の喪失も相変わらず影響している。過年度決算の遡及修正の検討などにより会社法（会社計算書類規則）に基づく計算書類と金融商品取引法（財務諸表規則等）による財務諸表の両者の関係が整理されつつあるものの、多くの中小企業の会計は未だに税務決算（税務会計）に大きく影響を受けたままである。最近では「会計」と「税務」の相互関係は税効果会計等を仲立ちとして調整計算が図られてはいるが、所謂「確定決算主義」の垣根を完全に越えられない現状では、経営者の視点は社会的コストとして認識する「税金」ではなく、極小化することが第一義であるかのような感覚もある。</p> <p>中小企業の現実の会計はともすれば「税金対策」が中心となるが、税務上の観点と関係なく会計上の費用等を認識すべき事柄も多数あり、IPOを考えていないと兎角それらを見逃しがちである。しかしながら、あるべき会計処理を怠ることで、それがもたらす機会損失に気づくような講義としたい。</p> <p>また、ベンチャー育成にかかわる国、ベンチャーキャピタルなどの最新の状況や最近見受けられる海外に新興市場への上場問題を説明したい。</p>			
授 業 内 容			
1	日本におけるIPO市場の歴史	特にここ12年程度を中心にその特徴を採り上げ、日本におけるIPOの環境を理解する。	
2	日本におけるIPOの統計的分析	ここ3～4年程度を中心に、業種的・規模的・社会的要請などの観点から特徴を理解する。	
3	証券市場における上場基準について	東京証券取引所の上場基準を基とし、上場基準が示す指標の要点を理解する。	
4	IPO後に発覚した会計上の問題の検討	数例を採り上げ、問題となった事実・発見の経緯・会計的な検討を通して、本来的な原因を理解する。	
5	IPO準備会社における実務的問題	(1 会計面) IPO準備会社でよく見られる会計処理面での、非公開会社の特徴と問題の所在を理解する。	
6	IPO準備会社における実務的問題	(2 管理面) IPO準備会社でよく見られるか経営管理面での、非公開会社の特徴と問題の解決法を理解する。	
7	IPO準備会社における実務的問題	(3 経営面) IPO準備段階で遭遇する多様な経営者の姿勢・方針・指導力からは発する問題を理解する。	
8	IPO準備会社における内部統制制度の整備に関して	上場後の内部統制監査を視野に入れながら、上場準備段階で夫々の会社サイズに応じた内部統制の整備の要点を理解する。	
9	資本政策の考え方	上場前から上場後に至る資金調達と株主構成等について、ベンチャーキャピタルの市場との関り方を含めて理解する。	
10	ベンチャービジネス育成に関する国の関与について	産学官連携を含めた、国としてのベンチャー支援制度について、その概要と利用状況を理解する。	

11	IPO 前の会計処理基準の対応について	税務決算・中小企業の会計に関する指針・会社計算規則・財務諸表規則等の相互のギャップへの中小企業の対応について、現状を理解する。
12	国際会計基準と中小企業	国際会計基準が導入された場合に（IPO を目指す）中小企業の会計上の対応について、受講者と検討する。
13	補足及び総括	これまでの講義で特に留意すべき点や議論を更に深める必要がある事項について、受講者と共に議論する。
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容		
内容的にも IPO の全体像を理解しながら進めるので、会計的側面に限らず、IPO 全般について興味がある方々の受講が望ましい。		
教 科 書		
現在未定です		
参 考 書		
「株式公開の実務ガイド」（あずさ監査法人編，中央経済社） 「新規上場の手引き」「マザーズ上場の手引き」（東京証券取引所発行） その他関連書籍		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 50% (2) 最終レポート 30% (3) 授業中での議論への参加 20%		
そ の 他		
日刊紙等において、常に最新の新興市場の動向を考察しておくことが望ましい。		

科目名		単位	担当教員名
実践 M & A		2 単位	岡 俊 子
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>M & A の最大のメリットは時間を買うことができる点です。したがって日本企業が失われた 20 年を取り戻すためには、M & A は重要なツールとなるはずですが、</p> <p>ところが M & A の失敗例は後をたちません。買収すること自体が目的化し、買収後の統合や価値創造に力を注ぐ必要性に対する認識がいまだに薄いためです。</p> <p>経営にとって手段である M & A をどう使いこなすのかについて、本講座では一緒に考えていきます。</p>			
授 業 内 容			
1	ガイダンス	M & A は時代によってその内容が異なります。昨今の M & A の特徴、特に昨今のクロスボーダー M & A について解説します。また、M & A を志すプロフェッショナルとしてどのような倫理観を持つべきかについても議論します。また会計とは異なるファイナンスにおける財務諸表の見方についても解説します。	
2	価値と価格	企業の本来的な実力値（価値）と価格（株価）とは異なります。価値をどうやって算定するのか（バリュエーション）、価値と価格（株価）が異なると、何が問題なのかについて解説します。	
3	3種類のバリュエーション	M & A のディールでは、3つの種類のバリュエーションを実施します。最初は簡易バリュエーション、次に分析目的のバリュエーションです。3回目では分析目的のバリュエーションについて解説します。	
4	バリュエーションの実務：DCF 法 ／ 5	DCF 法は、バリュエーションの基本です。また DCF 法の考え方は、企業が投資を行う際にも応用できます。	
		クラスでは、サンプルケースを用いて、DCF 法の算定作業をステップ毎に体験します。	
6	バリュエーションの実務 2：マルチプル	投資ファンドが最も拠り所にする算定方法はマルチプル。クラスでは、サンプルケースを用いて、マルチプルの算定作業をステップ毎に体験します。	
7	バリュエーションの総合問題と説明目的のバリュエーション ／ 8	3種類のバリュエーションのうち、3つ目の説明目的のバリュエーションの考え方について解説します。	
		クラスでは TOB 事例を用いて、TOB 価格をいくりに設定するか、対象会社側としてはいくらの TOB 価格であれば賛同できるかについて議論します。	
9	M & A の流れと M & A の手法	M & A はどのように始まり、どのように終わるのか、また一口に M & A といっても、合併、株式交換、TOB など様々な種類があります。対価も現金と株式がありますが、どのように使い分けするのでしょうか。実践を重視した M & A の流れと種類について解説します。	

10	モデリング	受講者には、実際にエクセルで事業計画を策定してもらい、バリュエーションでベースとする事業計画はどれ位の精度が必要であるのかを体験してもらいます。
11	MBO (マネジメントバイアウト)	TOB 価格がいつも問題となる MBO ですが、MBO における取締役の利益相反とはどのような課題なのかについて本質に迫ります。
12 / 13	プレゼン (評価対象) & ポスト M & A (PMI)	PMI = ポスト・マージャー・インテグレーション。 M & A の真髄は、買収後に、買い手及び対象会社が総体として企業価値をあげていくこと。どのようにしたら、企業価値を上げられるのか、シナジー効果を発現させるためにはどうしたらいいのかについて議論します。
履修上の注意・準備学習の内容		
基礎的な会計の知識 (簿記 2 級程度) DCF 法やマルチプル=倍率法などの代表的なバリュエーション手法について基礎知識があることを前提とします。		
教 科 書		
特にありません。		
参 考 書		
アビーム M & A コンサルティング著『M & A におけるプライシングの実務』中央経済社		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 出席点 (10%) (2) 討論への参加度 (20%) (3) ミニテストと課題 (30%) (4) プレゼンテーション (40%)		
そ の 他		
上記内容は、変更となる可能性があることをあらかじめご了承ください。		

科目名		単位	担当教員名
社内コンサルティング・トレーニング		2単位	小山 孔 司
開講区分	後期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>現下の経営環境は一段と厳しく、かつ変化のスピードは速い。如何なる経営環境であれ、企業は組織や人材を動かし、これらに対応する仕組みを構築しなければ生存は危うい。言い訳など通用はしない。しかしながら、人などの経営資源は限定されている。外部コンサルタントの活用も活発であるがやはり一長一短である。</p> <p>多くの企業はこのような実態の中で、現在の経営やシステムを革新し、しかもトップと現場の距離を埋めてくれる人材を社内に求めている。社員なればこそ社内の事情に詳しいのである。社員一人一人が問題解決能力を身につけるならば部門の力が高まり、やがては会社全体の力も高まることになる。</p> <p>しかしながら、このような人材には高い問題解決能力が求められるだけでなく、ITをはじめ多岐に渡る専門的知識、技能が必要である。しかも実践的なものでなければならない。</p> <p>当該授業の主旨は、このような要請、期待に応えられるコンサルティング能力を身につけた人材を企業内に育成することにある。</p> <p>様々な基本的な問題解決の視点や手法を学ぶ中で、社内ニーズに対応できる人材育成を目指していく。</p>			
授 業 内 容			
1	社内コンサルティング	コンサルティングビジネスにおいて開発された各種の専門スキルが自社の経営革新のために応用できることを学ぶ。	
2	問題の本質を見抜く	自社を取り巻く多くの問題の中から本質的な問題を見抜くことを演習を通して学ぶ。	
3	問題の本質を見抜く（続き）	演習を自ら作成することを通して本質的な問題を見抜くことを学ぶ。	
4	期待の本質を見抜く	自社の顧客、経営者、上司などが何を本質的に期待しているかを演習を通して学ぶ。	
5	期待の本質を見抜く（続き）	演習を自ら作成することを通して期待の本質を見抜くことを学ぶ。	
6	問題の発見の思考と手法	自社の内外の戦略的問題を発見するために役立つ思考方法と手法を理解する。	
7	問題の発見の思考と手法（続き）	自社の内外の戦略的問題を発見するために役立つ思考方法と手法を理解する。	
8	問題の解決のための思考と手法	自社の内外の戦略的問題を解決するために役立つ思考方法と手法を理解する。	
9	問題の発見・解決のための思考と手法の事例	日米の革新的企業における問題発見・解決への取り組み事例を学ぶ。	
10	経営戦略からビジネスプロセス及び情報システムへの展開アプローチ	経営戦略からITを活用したビジネスプロセスの革新への展開方法と事例を学ぶ。	
11	経営革新ドライバーと適用事例	経営革新ドライバー（企業革新を実現するためのコンセプト）とその適用事例を学ぶ。	
12	プロフィット・ゾーン経営戦略	プロフィットを生み出すビジネスモデルのパターンとその適用事例を学ぶ。	

13	ロジカル・プレゼンテーション	自分の考えを効果的に伝える提案のための思考方法及び技術を学ぶ。
履修上の注意・準備学習の内容		
特に事前の学習は必要としない。但し、履修者が自己を取り巻く各種の問題に対して強い解決意識を有していることが望ましい。		
教 科 書		
<ul style="list-style-type: none"> ・「問題発見プロフェッショナル」ダイヤモンド社 齋藤嘉則 ・「問題解決プロフェッショナル」ダイヤモンド社 齋藤嘉則 ・「プロフィット・ゾーン経営戦略」ダイヤモンド社 エイドリアン・J・スライウォッキー ・「ロジカル・プレゼンテーション」英治出版 高田貴久 		
参 考 書		
講師が当該科目の履修用に作成した資料を用いる。		
成 績 評 価 の 方 法		
<p>成績の評価は以下の通りとする。</p> <p>(1) 授業出席点 (30%)</p> <p>(2) 授業中での議論への参加 (30%)</p> <p>(3) 演習問題の回答内容 (40%)</p>		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
国際会計実務		2単位	石井 明
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>国際会計実務は、通常、外国企業や日本企業が作成する米国基準あるいはIFRS（国際財務報告基準）に基づく英文財務会計書類を理解したり、あるいは財務会計書類を作成して英語で外部に公表するとき に生じる。そこで、講義の前半では英語の力を高めると同時に、IFRS（国際財務報告基準）の考え方、 仕組み、体系および専門用語など基礎的な要点を説明する。次いで、講義の後半では、外国の投資家の 意思決定資料、あるいはニューヨークやユーロ市場などの外国金融商品市場において資金調達を行うた めに公表される、日本の上場会社の英語版 Annual Report（および日本語版）を使って国際会計実務の理 解を深めると同時に、財務諸表分析の能力も鍛えることを目標とする。</p>			
授 業 内 容			
1	国際会計実務とは何か	ガイダンスおよび基本概念について説明する。	
2	国際会計実務の基礎 (1)	財務会計制度の仕組みを理解する。	
3	国際会計実務の基礎 (2)	国際財務報告基準の体系を理解する。	
4	国際会計実務の基礎 (3)	同 上	
5	国際会計実務の基礎 (4)	主要な会計基準をレビューする。	
6	財務分析の基礎	財務分析の基礎的な知識を確認する。	
7	財務諸表の見方・読み方 (1)	日本の有名な上場会社の公表財務諸表を使って、その見方・読 み方を学ぶ。	
8	財務諸表の見方・読み方 (2)	同 上	
9	財務諸表の見方・読み方 (3)	同 上	
10	財務諸表の見方・読み方 (4)	同 上	
11	財務諸表の見方・読み方 (5)	IASB/FASB の共同作業プロジェクトの現状を理解する。	
12	財務諸表の見方・読み方 (6)	日本の上場会社の会計実務や金融庁等の動きを理解する。	
13	日本の財務報告との比較	米国と日本との比較を行うことにより理解を深める。	
履修上の注意・準備学習の内容			
法律・経済・経営の基礎知識を学習しておくこと。			
教 科 書			
日本の有名な上場会社の Annual Report（英文版・日本版）（教員が予め準備する）			
参 考 書			
落合稔・石井明『財務諸表の分析入門』千倉書房。			
成 績 評 価 の 方 法			
最終試験成績点（50%）授業中での議論への参加および理解（50%）			
そ の 他			
履修者の希望にできるだけ沿う方針である。			

科目名		単位	担当教員名
管理会計実務		2単位	川野克典
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講座は、実務的な管理会計講座である。管理会計とは、組織体の経営者のために、戦略の策定と実行や経営上の意思決定を支援し、業績評価を行う会計である。財務(制度)会計が企業活動の結果を会計基準に基づいて外部に報告することを目的とするのに対して、管理会計は、内部に対して報告を行い、企業業績の向上を目的とする</p> <p>本講座の担当教員は、製造業での実務家、会計コンサルタントであったため、最新のトピックや企業事例を織り込み、企業での実務に役立つ授業を目指す。科目名に「実務」と記載されているが、議論のみの授業ではなく、担当教員が基本理論や企業実務の解説を行って、その上で質疑応答を行って、理解を深めていく</p> <p>経営者、CEO(Chief Executive Officer), CFO (Chief Financial Officer), 会計コンサルタント、企業の上級管理職等を目指す人には、必ず役立つ講座である</p>			
授業内容			
1	管理会計概論	管理会計の概論と基本的用語を学ぶ	
2	事業部制会計, カンパニー制会計	事業部制, カンパニー制, 持株会社制の会計を通じて, 責任会計による分権管理の実務を学ぶ	
3	予算管理制度	伝統的予算管理制度から Beyond budgeting までの概論と予算管理が実務について学ぶ	
4	主要な業績評価指標	ROE (自己資本利益率), ROA (総資産利益率) 等, 主要な業績評価指標と実務での活用方法を学ぶ	
5	SVA (Shareholders' Value Added) 経営	株主重視の指標である SVA (Shareholders' Value Added) について学ぶ。なお, SVA は EVA と呼ばれることが多い	
6	バランス・スコアカード	戦略的マネジメントシステムであるバランス (ト)・スコアカードについて事例を踏まえて学ぶ	
7	原価計算	原価計算の概要と「原価計算基準」の陳腐化, 新しい原価計算を学ぶ	
8	損益分岐点分析と直接原価計算	損益分岐点分析, 直接原価計算による利益計画策定の実務を学ぶ	
9	標準原価計算と新しい現場管理手法	製造現場の管理手法である標準原価計算の概要と限界, そして新しい現場管理の手法について学ぶ	
10	ABC/ABM	ABC(Activity-Based Costing)/ABM(Activity-Based Management) について, 事例を踏まえて学ぶ	
11	業務的意思決定	原価改善活動実施に当たっての意思決定の方法とその実務について学ぶ	
12	投資経済性評価	設備投資を行う際の重要な意思決定要素である経済性評価の方法について学ぶ	
13	固定収益マネジメント	明治大学経営学部の鈴木研一教授が提唱した新しい実践的管理会計手法である固定収益マネジメントについて学ぶ	

履修上の注意・準備学習の内容		
受講には、最低限の会計知識を有していることが望ましい		
教 科 書		
特に指定しない 毎回、オリジナルの資料を用いる		
参 考 書		
ベリングポイント「将来予測重視の予算マネジメント」中央経済社 川野克典，藤原雄樹，平賀龍「原価計算見直しの実務」中央経済社 浅田孝幸，鈴木研一，川野克典「固定収益マネジメント」中央経済社 ベリングポイント「統合的業績評価マネジメント」生産性出版 吉川武男，ベリングポイント「バランス・スコアカード導入ハンドブック」東洋経済新報社 川野克典，横田康之，ベリクポイント「経営管理情報マネジメント」生産性出版		
成 績 評 価 の 方 法		
授業出席（40%），期末レポート（50%），授業態度&質疑応答（10%）とする		
そ の 他		
紙での資料配布は行わないので，第2回以降は，指定のサイトからダウンロードし，持参すること。なお，パスワードは第1回の授業で教えます。（パスワードは随時変更する）		

科目名		単位	担当教員名
税務会計		2単位	下村英紀
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>法人税法の課税標準である各事業年度の所得の金額は、企業会計によって計算された企業利益を基礎として、これに税法固有の要請に基づく調整を加えて算出する。本講義では、法人税法の所得の概念、所得の計算構造、益金の額及び損金の額の計算とその考え方について、学習する。また、企業経営において重要な課題となる金融取引課税等についても、取り上げる。講義においては、できる限り判例等具体的事例に基づいて、解説を行いたい。</p>			
授 業 内 容			
1	法人税法総則 (1)	職業倫理の重要性について、考える。法人税の法源、沿革、納税義務者、課税所得の範囲を理解する。	
2	法人税法総則 (2)	事業年度、納税地、同族会社を理解し、租税回避について、考察する。	
3	所得概念と所得の計算原理	法人税法の所得の概念及び所得の計算原理について、その考え方を理解する。	
4	収益・費用の認識基準	収益計上、費用・損失に関する一般基準及び特例を理解する。	
5	益金の額の計算	受取配当等、資産の評価益、還付金等の別段の定めを理解する。	
6	損金の額の計算 (1)	棚卸資産の売上原価等、有価証券の譲渡損益、期末評価を理解する。	
7	損金の額の計算 (2)	減価償却、繰延資産の償却を理解する。	
8	損金の額の計算 (3)	役員等の給与、交際費等、寄附金を理解する。	
9	損金の額の計算 (4)	租税公課、資産の評価損、圧縮記帳等を理解する。	
10	金融取引課税等 (1)	リース取引の税務上の処理を考察する。	
11	金融取引課税等 (2)	デリバティブ取引及びヘッジ処理を考察する。	
12	金融取引課税等 (3)	借地権の課税を考察する。	
13	税額の計算、法人税の申告・納付・還付等	基本税率、特別税率、税額控除、申告・納付等を理解する。	
履修上の注意・準備学習の内容			
租税法の基礎知識があることが望ましい。			
教 科 書			
講義資料を配付する。			
参 考 書			
金子宏『租税法』、川田剛『基礎から学ぶ法人税法』、下村英紀『法人税法』、租税関係法令集			
成 績 評 価 の 方 法			
(1) 出席 40%			
(2) レポート 60%			
そ の 他			
会計学及び会社法の基礎知識があることが望ましい。			

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディ I (アカウンティング)		2 単位	中 井 稔
開講区分	前期	配当年度	1・2 年
授業の概要・到達目標			
<p>実践的会計論 ―企業の上級財務担当者や税務マネージャーとして会計実務の応用力醸成―</p> <p>＜1＞伝統的な会計基準の適用と事例研究</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事例については、財務会計自体から具体的な事案を抽出するのは困難であるから、税務訴訟の対象となった事案における会計的解釈に焦点を絞って検討。 <p>＜2＞国際基準との調和を目指す新会計基準の理念と実践段階における問題点の研究。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伝統的な理論や健全なる慣習と新会計基準との整合性を多面的に検討 <p>小職は、旧日本興業銀行に約 30 年間勤務し、この間、経理部の決算担当者、経理課長（財務会計・管理会計担当）、経理部長（取締役委嘱を含む）の各職責を延べ 10 年間に亘って務めてきた。また、経理部長在任中に生じた国税庁との住専を巡る税務訴訟について 8 年間に亘り直接指揮を執り、その後、京都大学経営管理大学院にて重要な税務判例を踏まえ実践的な税務会計の講義・研究を行うなどを経て現在に至っている。</p> <p>このような経歴・経験を踏まえて、企業の上級財務担当者や税務マネージャーを目指す学生に対して、会計理論の実践的応用について講義を行いたい。ちなみに、企業責任者として公認会計士の監査を受ける立場や納税申告の実務責任者として国税調査を受ける立場に置かれると、その立場によって理論の応用や解釈は異なることが痛感され、具体的なケーススタディを通じて応用力の醸成を目指したい。</p>			
授 業 内 容			
1	会計期間の確立と発生主義会計の成立	フランス商業条例・ナポレオン法典を経て期間 1 年が定着	
2	輸出取引における収益計上時期と公正なる会計慣行（上）	収益計上時期は船積み日か為替取組み日か実現主義と権利確定の関係	
3	輸出取引における収益計上時期と公正なる会計慣行（下）	管理支配基準と同時履行の抗弁権の消滅時期との関係	
4	宅地分譲事業における一部未払費用の計上時期	未払い費用の計上時期は債務の確定時期か合理的見積りが可能な時期か	
5	金融取引と受取利息の計上時期（上）	狭義の発生主義とされる時間基準と実収主義による利息の計上	
6	金融取引と受取利息の計上時期（下）	航海完了主義や工事完成基準との対比	
7	詐欺損失と損害賠償請求権の計上時期	詐欺損失と賠償請求権に係る同時発生説と異時発生説	
8	固定資産の評価と減損会計基準	固定資産の時価評価と現金創生単位（cash generating unit）の確定	
9	年金型生命保険と二重課税	割引現在価値法と利子の概念に関する金融と税制	
10	金銭債権の分類と金融商品に係る会計基準（上）	金銭債権が毀損（貸倒れ）する危険性を踏まえて 3 ないし 4 段階に分類する意義や毀損した債権処理と税効果会計適用の効果	
11	金銭債権の分類と金融商品に係る会計基準（中）	条件付法律行為と会計上の評価について	

12	金銭債権の分類と金融商品に係る 会計基準（下）	サブプライム問題や旧住専問題を提示した事例研究
13	講義のまとめ	講義全体の総括と要点の整理
履修上の注意・準備学習の内容		
講義の都度、事前に作成したレジュメを手交：必要に応じ前週に手交		
教 科 書		
特になし		
参 考 書		
伊藤邦雄『ゼミナール現代会計入門』（日経新聞社）		
成 績 評 価 の 方 法		
期末に論述式筆記試験（70％）—但し，出席状況・受講態度を考慮（30％）		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディ II (アカウントティング)		2単位	川田 剛
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ここでは、ケース・スタディ I の後を受けて、租税計画（タックス・プランニング）等についてケース・スタディを行う。なお、グループを三分し、納税者、当局、裁判の三者間での議論も考えている。</p>			
授 業 内 容			
1	租税計画の必要性	個人又は法人にとって合理的な税負担の軽減を図ることの必要性について検討する。	
2	租税計画と脱税	合理的節税策である租税計画と脱税の差について学ぶ。	
3	インバウンド取引 1	外国人及び非居住者に対する課税（投資活動）	
4	インバウンド取引 2	外国法人による投資活動に対する課税	
5	インバウンド取引 3	外国法人による恒久的施設を通じた事業活動に対する課税	
6	まとめ	外国人及び外国法人による国際租税計画	
7	アウトバンド取引 I	本邦企業による外国投資に対する課税	
8	アウトバンド取引 II	本邦企業による恒久的施設を通じた活動に対する課税（源泉地）	
9	アウトバンド取引 III	本邦企業による恒久的施設を通じた活動に対する課税（居住地）	
10	外国子会社等との取引 I	軽課税国への所得移転	
11	外国子会社等との取引 II	価格操作による所得移転	
12	外国子会社等との取引 III	支払利子等による所得移転	
13	まとめ	本邦企業による国際租税計画につき最新の事例等もふまえ検討	
履修上の注意・準備学習の内容			
国際租税に関する基礎知識を前提に授業を進める			
教 科 書			
判例，裁決例集等から適宜抜粋			
参 考 書			
租税関係法例集，租税条約関係法規集			
成 績 評 価 の 方 法			
(1) 出席点 (30%)			
(2) レポートの提出 (30%)			
(3) 授業時の発表 (40%)			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディ III (アカウンティング)		2 単位	落 合 稔
開講区分	後期	配当年次	1・2 年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>ケース・スタディ III (アカウンティング) は、企業経営の現実に近いテーマを取り上げ、複雑で切迫した経営環境下でのマネジメントとしての意思決定が求められるケーススタディである。ここでは、戦略性の高いケース・モデルを取扱い経営課題の解決に挑む。参加者は実践性、創造性、社会的責任など総合力発揮が期待される。</p> <p>毎回、ケースモデルに取り組むことで、会計の実践価値を実感するとともに、代替案の提案力、二律背反状況下での意思決定、収益とリスク、ガバナンス、リーダーシップ等々、総合力としてのマネジネットの視点を学習する。</p> <p>出席者は事前予習が必要でほぼ毎回簡潔なレポート提出が求められる。授業は討議、QA などを中心に進行するが、最後に、講師が解説あるいは現実的なソリューションを提供する。</p> <p>「ここでいうケースモデルとは、実際の経営活動の一環として起きている事例に伴うストーリー（但し、一部は意図的に仮装、単純化していることもある）を教育効果を考えて教材にまとめたものである。このケースモデルと、予習課題を事前に提供する。クラスでは、講師はできるだけファシリテーターの役となり、出席者同士のディスカッションを重視する。ケーススタディの狙いは、参加者が予習で思索したソリューションを主張しあい、ディスカッションのプロセスを通して各自再検討を加え深化させる。この過程を経て、各自の思考形成や意思決定プロセスを進化させる。」</p>			
授 業 内 容			
1	ガイダンスおよび次回ケース解説		
2	企業文化が異なる企業の M & A (1)	組織の強み弱み分析 / 整理	
3	企業文化が異なる企業の M & A (2)	戦略と行動分析 / 整理	
4	企業文化が異なる企業の M & A (3)	ソリューション研究	
5	連結と持分法の影響力	株主構成の弱点を突かれた乗っ取り防衛	
6	MBO をいかに成功させるか	老舗の買収コスト / 企業価値 / ソリューション研究	
7	環境変化とマネジメントの使命 (1)	事業再構築・開発マーケティング手法の革新	
8	環境変化とマネジメントの使命 (2)	不動産の戦略	
9	コストセンターのプロフィットセンター化 (1)	戦略と行動分析 / 整理	
10	ストセンターのプロフィットセンター化 (2)	ソリューション研究	
11	事業投資の判断 (1)	海外事業投資計画の検討 / 意思決定	
12	事業投資の判断 (2)	ソリューション研究	
13	まとめ	復習と解説	
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
<p>(1) 会計の基礎力を有することが望ましい</p> <p>(2) 参加者には毎回事前予習課題が提供され、必要に応じて簡潔なレポート提出が求められる。</p>			
教 科 書			
その都度必要資料を配付			

参 考 書
必要な場合はクラスで発表する
成 績 評 価 の 方 法
(1) 授業出席点 (20%) (2) レポート評価 (30%) (3) クラスでの貢献度 (50%)
そ の 他
積極的にディスカッションに参加する人を希望。参加人数は 15 人以内とする。

科目名		単位	担当教員名
マーケティング環境分析		2単位	中 島 聡
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>人口減少、少子超高齢社会の本格到来により、国内における総需要量の減少は避けられない状況となっている。市場環境は価格のデフレ現象と原材料の高騰という歪な構造となっている。即ち市場の成熟化と同時に低価格及び低収益構造が今後のマーケティング環境の大きなポイントと言っても過言ではない。そうした中での企業の舵取りは大変難しいこととなることが想定される。</p> <p>同時に今まで、日本の企業においてはグローバル化という言葉は多く語られたものの、真の意味からのグローバル化は図られていなかったように思われる。成熟化した日本の市場の中で、日本企業がどのようにしたらグローバルな競争に勝ち残ることができるか。様々な事例研究の中で多くのヒントを得る事ができるものと考え。IT技術の進展は生活者の価値感を変化させ、既存のビジネスモデルを崩壊させ、多くの方向性を示唆している。</p> <p>かかる状況化、本講義では人口動態変化、価値観の変化、生活者の生活フレームの変化の分析と共に、この事に対応する企業のマーケティング戦略の変化に焦点をあてて行いたいと思う。企業、ビジネス、プロフェッショナルは、単なる営利のみではなく、倫理的に、かつ生活者にとって、真に必要とされるものでなければならない。法人格としての高潔性が求められるのは言うまでもない。この中においては特に生活者との接点にある「流通業」というものの、あるべき姿、また生活者に対し「存在価値」を提供する事を使命とする「マニユファクチャー」のあるべき姿というものを深掘りしつつ考えてゆきたいと思う。</p> <p>併せて、講義の中では、日本の特質をあぶりだす為に海外（特に米国・中国）の生活者の特徴と日本の生活者の特徴を定量的に比較する中で考えてゆきたいと考える。</p> <p>マーケティング戦略を立案するにあたっては、定量的・定性的な考えがあるが、データを基礎とした手法に理念的な考え方を付加してゆくこととする。換言すれば、変化を定量的に捉える事によって勝ち組企業の条件、また企業の存在理由の明確化へのアプローチを実施することを主眼目とする。</p> <p>特に、一般コモディティの最たるものである食品における、メーカーと流通業と生活者の関係から浮き彫りにしてゆきたいと思う。</p> <p>主なアプローチ方法は次の2つの方法を行う。</p> <p>(1) 定量・定性的に日本の生活者の実像を解析し、ニーズ・ウォンツを把握する方法。</p> <p>(2) 企業価値向上とサプライチェーン構造分析との関連による手法。</p>			
授 業 内 容			
1	マーケティング環境分析の枠組み	マーケティング環境を分析するための必須要綱を明らかにし、企業のマーケティング活動の柔軟性を理解する。	
2	人口動態変化とマーケティングの関連	人口減少、少子化の中でのマーケティング戦略の方向性を考える。	
3	顧客ターゲット戦略の方向性分析 (1)	増大するシニアの実像をあぶりだすと同時に、シニアにターゲットを絞った戦略の研究	
4	顧客ターゲット戦略の方向性分析 (2)	少子化の中での企業のマーケティングベクトルの研究	
5	生活者コミュニケーション戦略	マスコミュニケーションの効果と限界を把握し、コミュニケーション戦略の方向性を考える。	
6	コミュニケーション活動とプロモーション活動の関連	コミュニケーション活動と実売を伴うプロモーション活動の関連を分析。	

7	新カテゴリー創造手法	カテゴリーマーケティングとカテゴリーマネジメントの違いを明らかにし新カテゴリー創造の手法を考える。
8	企業価値とブランド戦略	個別のプロダクトブランドとコーポレートブランド戦略の関係を理解。
9	競争の概念変化	環境変化の中での競争の概念の変化を考える。
10	企業の社会的な役割	企業のミッションをグローバル化の中で考える。
11	縮小市場化におけるシェアの概念	縮小市場においてシェアを増大させる手法を考える。
12	環境変化に対応するマーケティング戦略 (1)	米国・中国の事例，日本との比較の中で新たなマーケティング戦略を解説。
13	環境変化に対応するマーケティング戦略 (2)	生活者の課題を解決する企業のみが生き残る状況の説明とソリューション構造の解説。
履修上の注意・準備学習の内容		
消費財，流通に着目した講義を中心とする。そうした中で基本的な流通の知識とマーケティングの知識を持っている事が望ましい。		
教科書		
特にないが，都度参考文献の中で紹介する。		
参考書		
(1) PF ドラッカー現代の経営 (2) クラウゼビッツ戦争論 (3) PF ドラッカーチェンジ・リーダーの条件		
成績評価の方法		
(1) 授業出席点 (30%) (2) 最終レポート成績点 (70%)		
その他		

科目名		単位	担当教員名
消費社会論		2単位	福田 優 二
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>グローバル化の一側面は「消費社会」の世界化である。この「消費社会」について、多面的な視点からアプローチし、先進社会における消費社会の変容、アジア成長経済における消費市場とビジネスチャンス、「消費社会」をめぐる日本の世界史的役割などを掘り下げて考える。経済発展がもたらす社会の構造的な変化、その帰結としての「消費社会」の形成という視点を基本に置く。2008年の金融危機で資本主義は危機的状況にあるが、消費社会の世界化は持続する。しかし、解決すべき課題も多い。消費社会の世界化の中での、ビジネスチャンスと問題点について、広い視野からアプローチする。</p>			
授 業 内 容			
1	「消費社会」への視点	イントロダクション。どのような視点から「消費社会」を捉えるべきか。	
2	1920年代アメリカ経済の発展と消費社会の形成(1)	モータリゼーションなど、アメリカにおける「大衆消費社会」の登場を中心に消費社会形成のプロセスを分析する。	
3	1920年代アメリカ経済の発展と消費社会の形成(2)	1920年代アメリカ社会における価値観の変化を分析する。	
4	戦後日本社会の特質と消費社会の特徴	自由、平等、平和の価値観に基づく経済中心主義の戦後日本が、特異な消費社会であることを解明する。(バブル消費の分析を含む)	
5	「平安還り」した現代日本の消費文化	歴史的視点からみると、現代日本の消費社会が平安貴族のライフスタイルに酷似した一側面を持っていることを分析する。	
6	マーケティング活動と消費のメカニズム	実態として、企業のマーケティング活動などが人々の消費活動にどのような影響を与えているか、そのメカニズムを解明する。	
7	メディアによる価値形成と消費社会	人々の価値観に大きな影響を与えるメディアの機能と消費社会の関係を分析し、コミュニケーションと価値形成のメカニズムを探る。	
8	流行と消費	流行現象、ヒット現象をケースとして取り上げつつ、消費社会における流行のメカニズムを探る。(ブランド論を含む)	
9	「消費社会」批判とこれからの人間像	人間中心主義的な立場からの、様々な「消費社会批判」にふれつつ、先進自由社会における新たなライフスタイルと人間像を探る。	
10	文化的特質による消費社会の差異	アメリカ、スウェーデン、日本など特徴的な社会モデルを軸に、文化の違いが消費社会のあり方にどのような違いをもたらしているかを解明する。	
11	グローバル化による「消費社会」の世界化	1990年代以降のグローバル化の本質は「消費社会」の世界化にある。	
12	グローバル化と消費社会の変化	グローバル化はどこまで、世界の消費価値観の共通化を進めるのか、アジア文化圏形成の可否も含めて展望する。	
13	消費社会のゆくえ	全体を総括しつつ、これからの資本主義の変容と社会の構造変化を見据え、「消費社会」の未来像を展望する。	

履修上の注意・準備学習の内容		
<p>広い視野と好奇心を基に、自らの目と頭で現実を可能な限り深く洞察することが必要である。「資本主義」の変容と、その中での「消費社会」の劇的な変化がまさに進行しつつあるという現実感をもって臨んでほしい。</p>		
教	科	書
<p>「大衆消費社会の登場」常松洋著（山川出版社）。他に、プリントを配布する。</p>		
参	考	書
<p>「柔らかい個人主義の誕生」山崎正和（中央公論社） 「消費社会の神話と構造」ジャン・ボードリヤール（紀伊国屋書店） 「ジンメル初期社会学論集」ゲオルク・ジンメル（恒星社厚生閣） 「消費文化とポストモダニズム」M. フェザーストン（恒星社厚生閣）</p>		
成績評価の方法		
<p>レポート重視（70%）。緻密に現実を見る努力、独自の視点などを評価。ただし、レポート評価にあたっては、各自のキャリアプランに基づいて努力している姿勢も重視し評価。出席、発言など（30%）も含め、総合判断。</p>		
その他		
<p>「日本社会は消費社会の未来を創る」—その現場でデザインを描いて頂きたいと思います。</p>		

科目名		単位	担当教員名
グローバル・マーケティング		2単位	アンダーセン, ヘンリー
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本科目は「グローバル消費者価値観とライフスタイル」の演習という位置づけで、それとの組み合わせで受講することが前提である。前者で学習する世界各地の消費者心理をベースに、毎回違う業界と地域に焦点を当てながら、マーケティング戦略と活動の事例やケーススタディに応用し、演習する。</p>			
授業内容			
1	Overview of Global Marketing	Overview of the course.	
2	Cultural Dimensions	Marketing applications of this unit will be discussed.	
3	Intercultural Communication	Marketing applications of this unit will be discussed.	
4	US, UK and the British Commonwealth	Marketing applications of this unit will be discussed.	
5	France and Latin Europe	Same as above for these countries.	
6	Germany and Northern Europe	Same as above for these countries.	
7	Brazil and Spanish-speaking Latin America	Same as above for these countries.	
8	Russia and Eastern Europe	Same as above for these countries.	
9	China	Same as above for this country	
10	South Korea, Taiwan and Singapore	Same as above for these countries.	
11	Thailand, Phillipines, Indonesia and Malaysia	Same as above for these countries.	
12	India, Middle East and Africa	Same as above for these countries.	
13	Student Presentations	Students will pick a topic on global values and lifestyles, research it, and make a short presentation to the class on key findings. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast.	
履修上の注意・準備学習の内容			
As mentioned above, this class is to be taken in conjunction with Global Consumer Values and Lifestyles.			
教科書			
Reference documents will be distributed at each class.			
参考書			
成績評価の方法			
Class attendance and participation (40%), groupwork (30%), final report (30%)			
その他			

科目名		単位	担当教員名
戦略マーケティング		2単位	上原 征彦
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ここでいう戦略マーケティングとは、企業全体を市場に方向づけるものであり、経営戦略の中核を担うものである。企業は技術、生産、財務など様々な経営機能を展開しているが、これを市場に結びつけるのが戦略マーケティングである。この戦略マーケティングは、大きくは、戦略市場計画とマーケティング・マネジメントの2つの分野から構成され、双方の相互依存関係を考慮して、企業の統合的な市場適応戦略を策定していく役割を果たす。より具体的には、戦略市場計画では企業がどの市場分野にどのように資源を配分するべきかを明らかにし、マーケティング・マネジメントでは、各々の市場において与えられた資源をどのように活用し、どのように顧客に適合していくかを明らかにすることになる。本授業では、こうした戦略マーケティングの理論と技法を身につけることを目的とする。企業がどれほどマーケティング志向であるかは、ここでいう戦略マーケティングがその企業にどれほど仕組みとして定着しているかに依存するが、ケース等を通じてこのことを学んでいこうと考えている。戦略市場計画は経営戦略そのものとかかわるので、戦略策定能力の向上を目指した授業を行なう。マーケティング・マネジメントでは、近年の実務的動向を踏まえ、高度な理論を紹介していく。そして、インターネットの普及を核とする情報化がマーケティングを変えようとしているが、このことも十分に考慮に入れるた授業を行なう。なお、以下の授業内容は、学習効果等を考慮に入れ、順序等が変更されることもある。</p>			
授 業 内 容			
1	経営戦略とは何か	企業倫理を踏まえつつ、経営戦略の基礎概念とその構成要素について明らかにし、戦略策定の基礎理論とその応用を学ぶ。	
2	コア・コンピタンスの構築	企業の競争力の源泉となるコア・コンピタンスの概念とその構築方法について学ぶ。	
3	戦略市場計画の基本概念	戦略市場計画の概念を明らかにする。各々の市場に経営資源を配分していくための手法体系の概要を学ぶ。	
4	経営資源分析	経営資源をどう捉えるか。どのような市場にどのような経営資源で強みを構築していくか。	
5	経験曲線の論理を活用した資源配分	市場でコストリーダーシップを勝ちとるためにはどのような資源配分の考え方が必要とされるか。	
6	PPM を活用した資源配分	どの市場にどれだけ多くの資源を投入すべきか。また、これを決める条件は何か。	
7	競争地位を考慮した資源配分	どの市場でどんな競争地位にあるかによって資源配分の論理が異なる、ということ学ぶ。	
8	経営資源とマーケティング・マネジメント	その市場にどれだけ資源が与えられたかによって個別製品のマーケティングが異なる、ということ学ぶ。	
9	顧客満足とマーケティング	顧客満足とは何か、これを創出するためにマーケティングは何をすべきか、ということ学ぶ。	
10	マーケティング・マネジメントと企業経営	企業経営と個別製品のマーケティングとの関係がますます重要になってきていることを示し、その関係づくりについて明らかにする。	
11	情報化と戦略マーケティング	情報化によって個別製品のマーケティングがどのように変革され、それが戦略マーケティングにどう影響するかを学ぶ。	

12	経営トップと戦略マーケティング	経営トップが戦略マーケティングにどう関わるか、その効果を上げるにはどうすべきか、ということについて学ぶ。
13	マーケティングのニューパラダイム	関係性マーケティングや創発マーケティングなどの新しいパラダイムのを学びつつ、実践的活用について議論する。
履修上の注意・準備学習の内容		
ベーシックマーケティングも履修することが望ましい。		
教 科 書		
基本的には、教師が提供する資料に基づいて授業を行なうが、学生が次を読んでいることを前提とした内容を含んでいる。 上原征彦『マーケティング戦略論』有斐閣、1999年		
参 考 書		
井関・山川・新井・上原『創発するマーケティング』日経BP企画、2008 嶋口充輝『戦略的マーケティングの論理』誠文堂新光社、1984 上原征彦『経営戦略とマーケティングの新展開』誠文堂新光社、1986		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 2～5回のミニテスト (35%) (2) アサインメントの達成度 (35%) (3) 出席率 (30%) をおおよその目安としている。		
そ の 他		
経営トップになったつもりで、自社の戦略マーケティングをどう展開すべきかを考えながら授業に参加してほしい。		

科目名		単位	担当教員名
戦略マーケティング（演習）		2単位	上原 征彦
開講区分	前期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>本演習は、戦略マーケティングの講義を補強すると同時に、そこで学んだ理論の応用力を高めることを目的とする。ここでは、具体的現象を理論的にどう説明するかを学んでいく。理論や法則で説明できるものは何か、それで説明できないものは何かを識別する能力を要請することに力を入れたい。いまひとつは、与えられた情報に基づいて、問題を解決できる能力を身につけていく。また職業倫理についても学ぶ。</p>			
授業内容			
<p>教師の方から、毎回の戦略マーケティングの講義に基づいて、具体的な事例と問題を提起し、これについてクラスで討議してもらおう。この問題提起は授業開始時に行なうこともあるし、1週間前にこれを行ない、それをあらかじめレポートにまとめてから提出してもらおうこともある。どちらを主にするかは、課題と受講者の特性によって決める。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
この演習の参加者は、戦略マーケティングの講義を履修しなければならない。			
教科書			
戦略マーケティング（講義）のシラバスで示した教科書をよく読んでほしい。			
参考書			
戦略マーケティング（講義）のシラバスで示した参考書の理解に努めてほしい。			
成績評価の方法			
<p>(1) アサインメントの達成度（35%） (2) ディスカッションへの参加（35%） (3) 出席率（30%）</p> <p>を評価のおおよその目途とする。</p>			
その他			
戦略マーケティングのシラバスで示した教科書・参考書を熟読してほしい。			

科目名		単位	担当教員名
マーケティング競争		2単位	上原 征彦
開講区分	後期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>競争は、状態と行為の2つの次元で捉えることができる。たとえば、完全競争とか不完全競争という場合、それは競争を状態の次元で捉え、価格競争とか品質差別化競争というときは、行為の次元で競争を捉えたことになる。前者の捉え方をするのが経済学であるが、経営学やマーケティング論では主として後者の捉え方をする。したがって本講義では、行為としての競争を主として学ぶことになる。学習の焦点は、市場がどのような状況にあるときどのような競争行為が有効か、この有効性を確保するためにはどのような資源が必要か、という点に置かれる。特に、情報化やグローバル化が進むと、個別企業間で競争する他にネットワーク化が競争戦略の一翼を担うようになること、競争力の源泉として知識やスキルなどといった無形資源が重要となることに注目しつつ、授業を進めていく。意思決定の科学、ゲームの理論などの基礎を踏まえた授業を行なう。さらに、競争の倫理についても学ぶ。なお、以下で示す授業内容は、学習効果等を考慮に入れ、順序等が変更されることがある。</p>			
授業内容			
1	競争の捉え方	状態と行為の2つの次元で競争が捉えられることを明らかにし、マーケティング競争の特徴と倫理的側面を把握する。	
2	競争行為の概念化	競争行為とは何かを明らかにしつつ、これを有効に展開するには、どんな条件が必要かを学ぶ。	
3	ゲーム理論からみた競争行為	ゲーム理論レビューしつつ、競争行為の本質、均衡の概念を学び、その実践的活用を学ぶ。	
4	市場シェアの論理と関連法則	ランチェスター法則、クープマンモデルを視野に入れつつ、市場シェアの概念について学ぶ。	
5	競争地位と戦略	市場における競争地位（リーダー、チャレンジャー、フォロワー、ニッチャー）によって戦略が異なることを学ぶ。	
6	競争優位の構築と経営資源	どんな競争優位を構築するのにどんな経営資源が必要とされるか、ということ学ぶ。	
7	企業の競争力の源泉としてのコア・コンピタンス	企業の競争力を長期的に規定するコア・コンピタンスとは何か。また、これを構築するにはどうすればよいか。	
8	市場細分化と製品差別化	競争への挑戦（製品差別化）と競争の回避（市場細分化）をどのように展開すべきか。	
9	グローバル化と競争	グローバル化によって競争戦略はどう変わるか、また、日本企業の競争力をどう捉えるか、ということについて学ぶ。	
10	情報化と競争	情報化によって競争戦略はどう変わるか、そのコアコンピタンスをどう創り上げるかについて明らかにする。	
11	ネットワーク化による競争力の構築	複数の企業が戦略的に結びつくことによって競争力を強化することができる。この方法論を学ぶ。	
12	競争力と顧客リレーションシップ	顧客との関係性を強化することによって競争力を高めていくことができる。その方法論を学ぶ。	
13	マーケティングの変化と競争戦略	マーケティングは操作型から協働型へと変化していくが、それに応じて競争戦略がどう変わるかを展望する。また、競争の道徳・倫理とその変遷について学ぶ。	

履修上の注意・準備学習の内容		
ベーシック・マーケティングと戦略マーケティングの双方を履修することを勧める。		
教科書		
基本的には、教師が提供する資料に基づいて授業を行なうが、次を読破してほしい。 上原征彦『マーケティング戦略論』有斐閣、1999年（第5章 第2-3節）		
参考書		
ミルグラム&ロバーツ（奥野他訳）『組織の経済学』NTT出版、1997年 Porter, M. E., Competitive Strategy, The Free Press, 1980		
成績評価の方法		
(1) 2～5回のミニテスト（35%） (2) アサインメントの達成度（35%） (3) 出席率（30%） をおおよその目安としている。		
その他		
自社、あるいは知っている企業の競争力の源泉は何か、ということを常に考えながら授業に参加してほしい。		

科目名		単位	担当教員名
マーケティング競争（演習）		2単位	上原 征彦
開講区分	後期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>本演習は、マーケティング競争の講義を補強すると同時に、そこで学んだ理論の応用力を高めることを目的とする。ここでは、具体的現象を理論的にどう説明するかを学んでいく。理論や法則で説明できるものは何か、それで説明できないものは何かを識別する能力を要請することに力を入れたい。また、競争に求められる倫理についても議論する。いまひとつは、与えられた情報に基づいて、問題を解決できる能力を身につけていく。</p>			
授業内容			
<p>教師の方から、毎回の「マーケティング競争（講義）」に基づいて、具体的な事例と問題を提起し、これについてクラスで討議してもらおう。この問題提起は授業開始時に行なうこともあるし、1週間前にこれを行い、それをあらかじめレポートにまとめてから授業に臨むこともある。どちらを主とするかは問題内容と受講生の特性を考慮して決める。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
この演習の参加者は、マーケティング競争の講義を履修しなければならない。			
教科書			
マーケティング競争（講義）のシラバスで示した教科書を読みこなしてほしい。			
参考書			
マーケティング競争（講義）のシラバスで示した参考書の内容をよく理解してほしい。			
成績評価の方法			
<p>(1) アサインメントの達成度（35%） (2) ディスカッションへの参加（35%） (3) 出席率（30%） を評価のおおよその目途とする。</p>			
その他			
マーケティング競争の講義で示した参考書を学習しておいてもらいたい。ディスカッションへの積極的な参加を期待する。			

科目名		単位	担当教員名
サービス・マーケティング		2単位	近藤 隆雄
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>サービス・マーケティングは、サービスを核とする商品のマーケティングを取り上げる。ただしサービス商品といっても、サービスだけがその構成要素ではなく、モノ製品も含んでいる場合も少なくない。ある種のサービスではサービスが大部分を占めるが、他のサービスではモノ製品を重要な構成要素としているからだ。つまり、サービス・マーケティングの対象となるビジネスには、サービスが主たる構成要素である教育、金融、医療といったものから、顧客にモノ製品が渡るレストラン、小売り業などや航空業、ホテル業など物的な装置が手段として重要なサービスまで幅広く存在する。サービス・マーケティング論は、物的要素を手段として利用しながらも、サービスが中心的な価値生産の役割を果たし、無形の価値を提供する商品を主たる研究対象とすることになる。サービス・マーケティングは、1950年代から欧米を中心に誕生し、現在ではマーケティング分野の重要なサブ・ディシプリンとなっている。</p> <p>これまではサービス・ビジネスの研究は、サービスの業種ごとの研究が行われていた。例えば、ホテル経営論、金融経営論、医療管理論といった具合である。サービス・マーケティング論は、こうした具体的なビジネスの枠を超えて、サービス提供を中心とするビジネスが、サービス自体の特徴を踏まえて、どのような経営が可能かを論じるものである。現代は、「所有から使用へ」という言葉で表されるように、サービス経済化の時代に入っている。実際、わが国で生産される富の7割はサービス関連であり、就業者の6割5分はサービス関連の仕事をしている。そこでサービスの研究は今後ますますその重要性を増していくと予想される。また、今日のように競争の激しい企業環境では、モノ製品の品質だけでは差別化が困難になり、どのように付加サービスを提供するかが商品の差別化のポイントになりつつある。その意味で製造業にとってもサービスの研究は等閑視できない課題である。</p> <p>(なお付け加えれば、わが国では残念ながら、いまだサービスの研究は盛んではない。本大学院以外でサービス・マーケティングやサービス・マネジメントの講座が提供されている教育機関は多くはない。)</p>			
授 業 内 容			
1	イントロダクション	本講義の概略、進め方、評価方法などの説明を行い、合わせて「サービス」とは何かについてイメージがつかめるように簡単な説明を行う。	
2	サービス経済化と社会	日本を始め経済先進国のほとんどの経済はサービス化経済の様相を呈している。そうした現状の説明と、現在進行しているサービス経済化の主要な変化の一部である製造業のサービス産業化の傾向についても言及する。	
3	サービスの本質と特徴	サービスとはいったい何であり、それはモノ製品と対比した場合、どのような特徴を持つかを明らかにする。	
4	商品としてのサービス	サービスそのものと顧客接点にあるサービス商品とを区別しなければ、対象を明確に認識することはできない。この二つの違いと関係を明らかにする。	
5	ソリューション（モノとサービスの融合）	実際に顧客に提供されるサービス商品は、サービスと物的要素の混合したものである。それは顧客に対するトータルなソリューションの特徴を備えていなければならない。	
6	サービス・マネジメント・システム (I)	現実のサービス・マーケティングを考える場合、検討しなければならないサービス・システムの要素を取り上げる。	

7	サービス・マネジメント・システム (II)	前講の続きである。
8	顧客満足	サービス消費の一つのアウトプットである顧客満足 (CS) について検討する。
9	顧客価値	商品は顧客に対して一定の価値を作り出すことに存在意義があるが、サービス商品の顧客価値の特徴を明らかにする。
10	サービス・プロフィット・チェーン	企業活動は最終的には一定の利益を創出しなければならないが、サービス・システムがどのような構造とダイナミクスによって利益を生み出していくか、について検討する。
11	リレーションシップ・マネジメント	モノ商品に比べてサービス商品では、顧客との長期的な関係を構築することが、長期的な利益創造に大きく影響を与える。顧客との長期的な関係をどのように構築するかについて検討する。
12	サービスと情報	情報化の進展によって、サービス生産も大きな変革を迫られている。サービスの観点から今日の情報化の影響を検討する。
13	サービス・イノベーション	企業は外部環境の適応のために、新しいサービス商品を次々に生み出すことを求められているが、革新的なサービス商品を開発するにはどんな視点からどのような要素を取り上げたらよいかを検討する。
履修上の注意・準備学習の内容		
教 科 書		
近藤隆雄著『サービス・マーケティング (第2版)』2010年、生産性出版		
参 考 書		
田中滋監修・野村清著『サービス産業の発想と戦略』電通 島田陽介訳『カスタマー・ロイヤリティの経営』日本経済新聞社、 L.L.ベリー, K.D.セルトマン (古川訳)『メイヨー・クリニック 奇跡のサービス・マネジメント』日経新聞社、2010年 南方建明, 酒井理『サービス産業の構造とマーケティング』平成18年中央経済社 山本昭二『サービス・マーケティング入門』日経文庫 J.トゥポール小山順子監訳『サービス・ストラテジー』2007年ファーストプレス 小野穰司『顧客満足 {CS} の知識』日経文庫2010年		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) レポート (50%) (2) ディスカッションへの参加の程度 (30%) (3) 出席率 (20%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
サービス・マーケティング（演習）		2単位	近藤 隆雄
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>サービス・マーケティングの理論とその適応事例をグループワークを通して学習することが目的である。社会科学の理論とは複数の変数間の関係とそこに発生する法則性を規定するものだが、理論を本当に理解し使えるようにするには、具体的現象に対して演繹的に理論を使って説明すると同時に、その現象を検討して帰納的に理論のカバーできない点や問題点を明らかにする作業が必要である。本演習はそうした知的な作業を行うことを狙っている。</p>			
授業内容			
<p>この演習では PBL(problem based learning) を行う。その進め方は次の通りである。つまり、教師は事前にこの演習のテキストから各章ごとに問題を作り、あらかじめ演習生に配布する。演習生は、その問題の解答をテキストの中から見つけ出し、まとめておく。演習では、学生の中からあらかじめディスカッション・リーダーを決めておきそのリードのもとに参加者は、各々の問題の解答を発表し、発表した後で全員でディスカッションを行う。教員は、そのディスカッションでの理論や事実についてのリソース・パーソンの役割を果たす。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
この演習の参加者は、前期の「サービス・マーケティング」の授業を履修することが望ましい。			
教科書			
<p>本年度はラブロック&ライト著『サービス・マーケティング原理』 小宮路雅博監訳 白桃書房 2002年をテキストとして使用する。 履修希望者は、なるべく事前に購入しておくこと。</p>			
参考書			
必要な場合、その都度紹介する。			
成績評価の方法			
アサインメントの達成度（50%）、ディスカッションへの参加（30%）、出席率（20%）などクラスでのパフォーマンスによる平常点で判定する。			
その他			

科 目 名		単 位	担当教員名
ヘルスケア・マーケティング		2単位	近 藤 隆 雄
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>わが国の医療業界は現在大きな改革を迫られている。一つには今後ますます人口の高齢化と少子化が進展することが予想され、医療サービスが受ける人数が増える一方、その費用を支払う人の層は縮小するからである。医療機関は効果性と効率性を両立させる道を探さねばならない。また情報化の進展にともなって、一般人の医療知識が増大し、また組織の情報公開は普通のことになりつつある。患者の適切な医療への期待は従来とは比較できない水準で高まっているのである。したがって医療機関が生き残っていく道は、高品質の医療サービスを提供することによって患者数の拡大を図り、同時に効率的な運営を実行することである。つまり医療機関は潜在患者によって「選ばれる病院」にならなくては存続することの難しい時代を迎えている。ヘルスケア・マーケティングは、医療機関のマーケティングを取り上げる。マーケティングとは、上手に話をして潜在顧客になにかを売り込むことではない。顧客が自ら選択して取引を望み、企業を訪れてくれる仕組みを構築することである。そのためには顧客にとって価値の高い商品を提供しなければならない。こうしたマーケティングとりわけサービス・マーケティングの発想を医療機関の特殊性を踏まえて展開するのがヘルスケア・マーケティングの目的である。なお、従来からある病院管理学や病院経営論と異なるのは、あくまで顧客（患者）視点に立って、顧客が自ら望んで医療サービスを求めて来院してくるような組織的システムの体制をどう作りあげるかをテーマにする点である。つまり効果性と効率性をともに満足させる高品質の医療サービスを提供するには何をすべきかを検討する。</p>			
授 業 内 容			
1	イントロダクション	医療システムを扱う学問分野。商品としての医療サービスの特殊性。医学の内容と特徴。医療という財の特徴。	
2	医療システムと医療産業（1）	国家の関与。国の統制と医療システム。産業としての医療。	
3	医療システムと医療産業（2）	医療施設。病院の歴史と発展。病院の経営。病院の組織。	
4	国民医療費と医療システム	医療費をめぐる問題。医療の質。病院経営とリスクマネジメント	
5	医療保険	社会保険，国民健康保険，介護保険	
6	医師と患者	医師の役割と医療システムの変化。医師の職業倫理とパターンリズム。医師の社会化と訓練。医師－患者関係。患者役割。変貌する患者。	
7	海外の医療事情	海外の医療の現状と日本。アメリカの医療事情。イギリスの医療事情。	
8	サービス・マネジメントから見た医療経営（1）	3つの医療サービス観。医療サービスの特徴から見た医療経営。医療サービスの構成要素。	
9	サービス・マネジメントから見た医療経営（2）	医療満足。患者の医療サービス価値。病院のブランド経営。リレーションシップ管理。	
10	外部講師の講演	医療実務担当者による病院経営の改革	
11	外部講師の講演	医療の情報化の進展	
12	特定課題についての発表（1）		
13	特定課題についての発表（2）		

履修上の注意・準備学習の内容		
<p>本講義は主に医療関係の職員(医師,看護師,経営管理職員等)を受講生として想定している。サービス・マーケティングの考え方を医療組織に適応することにより,医療組織を患者の視点から再構成する方法を検討するからである。ただしこの領域に関心をもつ一般学生,またはサービス・マーケティングやサービス・マネジメントの視点から特定産業を扱った具体事例として学習することを望む学生も履修することができる。</p>		
教 科 書		
特に指定しない。		
参 考 書		
<p>真野俊樹著『医療マーケティング』日本評論社 2003 年, L.L.ベリー, K.D.セルトマン(古川訳)『メイヨー・クリニック 奇跡のサービスマネジメント, 副題: すべてのサービスは患者のために』日経新聞社 2010 年</p>		
成 績 評 価 の 方 法		
<p>(1) 特定課題についての発表 (50%) 学生による医療分野での特定問題についての発表。(自分で課題を選ぶ)。 (2) ディスカッションへの参加 (20%) (3) 出席率 (30%)</p>		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
ヘルスケア・マーケティング（演習）		2単位	近藤隆雄
開講区分	後期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
この演習は、講義のヘルスケア・マーケティングで取り上げた内容に関連した項目を異なった視点から検討することによって、より理解を深めることを目的としている。			
授業内容			
今学期は、適切な文献を選び、それを熟読することで、講義で学習した内容を実際場面に翻訳して身につけるための演習を行う。そのため、各回ごとに文献の内容を要約し報告する担当と問題提起を行う担当の二人を決め、二人の内容の発表と問題提起を基にディスカッションを行う。			
履修上の注意・準備学習の内容			
この演習の参加者は、平行して「ヘルスケア・マーケティング」の授業を履修しなければならない。			
教科書			
森本兼曩監修『現代医学と社会』朝倉書店 2005年およびL.L.ベリー, K.D.セルトマン（古川訳『メイヨー・クリニック 奇跡のサービスマネジメント, 副題:すべてのサービスは患者のために』日経新聞社 2010年を利用する。 履修予定者は、あらかじめ購入しておくこと。			
参考書			
その都度紹介する。			
成績評価の方法			
(1) アサインメントの達成度 (50%) (2) ディスカッションへの参加 (30%) (3) 出席率 (20%) などクラスにおけるパフォーマンスによる平常点で判定する。			
その他			

科目名		単位	担当教員名
e-マーケティング		2単位	高橋 一 貢
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>e-マーケティングは、コンピュータやネットを土台としたマーケティング活動やマーケティングそのものを指す言葉である。しかし、マーケティングの主体は、営利組織だけではなく、非営利組織まで非常に幅広い。そのため、この授業では、まず企業を中心に発展してきたマーケティングが、1990年代以降、リレーションシップ・マーケティングや非営利組織や社会問題の解決のためのソーシャル・マーケティングと呼ばれるものが注目されてきた背景などを探り、それらにコンピュータやネットがどのようにかかわっているかを考察する。また、それらを支援している技術、ソフトウェアなどの紹介をしていく。この授業は、講義、ケース分析、文献考察によって構成される。</p>			
授 業 内 容			
1	イントロダクション	e-マーケティングが扱う範囲と授業形態の説明	
2	マーケティング1	マーケティングの定義とその拡張	
3	マーケティング2	戦略的マーケティング	
4	マーケティング3	リレーションシップマーケティング	
5	マーケティング4	ソーシャルマーケティング	
6	非営利組織におけるe-マーケティング	NPOとe-マーケティング	
7	ケース分析	BtoB通販企業（具体的なケースは授業で告知）	
8	ケース分析	製品開発（予定）	
9	サービス業におけるe-マーケティング	ホテル（旅館）ビジネスとe-マーケティング	
10	ケース分析	BtoBサービス企業（具体的なケースは授業で告知）	
11	e-マーケティングを支える技術1	ブラウザ	
12	e-マーケティングを支える技術2	レコメンドエンジン	
13	まとめ 講義		
履修上の注意・準備学習の内容			
特になし			
教 科 書			
特になし			
参 考 書			
特になし			
成 績 評 価 の 方 法			
出席 30% 発言 40% テストないしレポート 30%			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
消費者行動論		2単位	富 狭 泰
開講区分	後期	配当年次	
		1・2年	
授業の概要・到達目標			
<p>この授業では、企業のマーケティング施策（製品、価格、小売チャネル、販売促進）に対し消費者がどのように反応し意思決定を行うか、あるいは企業の施策に対する考え方の背景には、どのような消費者行動が想定されているかについて考えることを目的にしています。消費者とは授業に参加する皆さん自身に他なりません。消費者行動を考えることは、自分自身の消費行動を考えること、自分自身の銘柄選好や購買意思決定のプロセスを振り返ることであり、その一般性を批判的に確認検証することです。それがこの授業の目的でもあります。</p>			
授業内容			
<p>各回の授業のテーマは以下を予定しています。（ただし若干変更の可能性もあります。変更があった場合は、最初の授業時にあらためて内容とスケジュールを配布します。）</p>			
1	授業のオリエンテーション/マーケティングと消費者行動概説(1)	マーケティング戦略と消費者行動，消費者志向と企業倫理	
2	マーケティングと消費者行動概説(2)	市場セグメントと知覚マップ	
3	製品と消費者行動(1)	消費者の製品知識	
4	製品と消費者行動(2)	製品属性と銘柄選好	
5	製品と消費者行動(3)	知覚品質とブランド・エクイティ	
6	価格と消費者行動(1)	消費者行動における価格	
7	価格と消費者行動(2)	参照価格について	
8	価格と消費者行動(3)	価格と品質について	
9	小売と消費者行動(1)	購買行動の選択	
10	小売と消費者行動(2)	店頭販促と銘柄選択	
11	販売促進と消費者行動(1)	消費者情報処理と意思決定	
12	販売促進と消費者行動(2)	コミュニケーションと消費者の意思決定	
13	マーケティングと消費者行動	顧客満足	
14	総括：授業メモへの回答		
履修上の注意・準備学習の内容			
ベーシック・マーケティングは既修もしくは並行履修を前提としています。			
教科書			
<p>教科書は特に定めません。授業時に参考資料名を提示します。また適量の資料は配布の予定です。講義に使用する資料（ppt）は、その都度クラスウェブの「資料」に掲出し、ダウンロードできるようにします。</p>			

参 考 書
<p>基本参考書は以下の通りですが、関連文献は授業中に適宜掲示します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・杉本徹雄編著『消費者理解のための心理学』福村出版 1997 ・J.P.Peter, J.C.Olson“Consumer Behavior & Marketing Strategy”8th ed. 2008 ・清水聡『戦略的消費者行動論』千倉書房 2006 ・田中洋『消費者行動論体系』中央経済社 2008 ・青木幸弘『消費者行動の知識』日本経済新聞出版社 2010
成 績 評 価 の 方 法
<p>(1) 出席 (20%) (2) 授業参加度もしくは授業メモの提出と記述内容 (20%) (3) 期末レポート (60%)</p>
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
広告論		2単位	富 狭 泰
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>この授業では、マーケティング・コミュニケーションの計画立案と効果管理に重点を置いて説明します。計画立案に関しては、市場における競争戦略をコミュニケーション計画にどう反映させるか、また効果管理に関しては、効果把握の考え方と方法を中心に授業内容を構成しています。マーケティング・コミュニケーションの品質管理に携わる管理者の立場から論点を整理して説明する予定です。授業参加者は、マーケティング・コミュニケーション作業の管理者としての立場から、業務全体に対する体系的な理解が得られるよう努力してください。とくに自分の身の回りのマーケティング・コミュニケーションの事例に注意を払い、その背後にある企業の競争意思を想像しながら授業に参加されるよう期待します。</p>			
授業内容			
<p>授業内容は以下の項目を予定しています。ただし、多少変更や順序入替の可能性がありますが。最終的な予定は第1回目の授業時に提示します。</p>			
1	授業ガイダンス	授業の全体像，消費者志向と企業倫理	
2	マーケティング・コミュニケーション計画の全体像		
3	マーケティング・コミュニケーション・ミックスについて		
4	媒体各論	コミュニケーション・メディアの特徴と役割	
5	媒体計画の基本(1)	GRPについて	
6	媒体計画の基本(2)	クロスメディアについて	
7	表現計画の基本(1)	クリエイティブ作業に至るまで	
8	表現計画の基本(2)	クリエイティブ作品の狙いと類型化	
8	コミュニケーションの手法各論(1)	広告の目的と方法	
9	コミュニケーションの手法各論(2)	マーケティングPRの目的と方法	
10	コミュニケーションの手法各論(3)	店頭プロモーションの目的と方法	
11	コミュニケーションの手法各論(4)	ネット・コミュニケーションの目的と方法	
12	統合マーケティング・コミュニケーション(IMC)について		
13	ブランド戦略とコンタクトポイント・マネジメントについて		
14	コミュニケーション効果の測定と分析		
履修上の注意・準備学習の内容			
ベーシック・マーケティングを並行履修(もしくは既修)してください。			
教科書			
<p>教科書は特に定めません。参考資料を授業中に掲示します。 講義資料はクラスウェブの「資料」からダウンロードできるように掲示します。</p>			

参 考 書
<p>詳しい参考文献の案内は、最初の授業で行います。基本的な参考資料は以下の通りです。</p> <p>(1) 岸, 田中, 嶋村『現代広告論 (新版)』有斐閣 2008</p> <p>(2) 田中, 清水『消費者・コミュニケーション戦略』有斐閣 2006</p> <p>(3) 嶋村監修『新しい広告』電通 2007</p> <p>(4) 仁科, 田中, 丸岡『広告心理』電通 2007</p>
成 績 評 価 の 方 法
<p>(1) 出席 (20%)</p> <p>(2) 授業でのディスカッションへの参加もしくは授業メモの提出と記述内容 (20%)</p> <p>(3) 最終レポート (60%)</p>
そ の 他

科目名			単位	担当教員名
ブランド・マーケティング			2単位	守谷 一 誠
開講区分	前期	配当年次		1・2年
授業の概要・到達目標				
<p>ブランドの資産価値が今日ほど脚光を浴びることはなかった。企業の合併や買収が頻繁に行われる状況下、ブランドとそのポートフォリオ管理は企業の安定性と価値向上の拠り所となっている。</p> <p>メディアが細分化し仮想化していく時代環境においてブランドは既存顧客を維持する上でも新規顧客を獲得する上でも重要な役割を担っており、また流通企業のパワーの高まりに対しても顧客の高いロイヤルティを維持していくためにはブランドは決定的に重要なものとなった。</p> <p>さらには市場のグローバル化の進展は知的資産であるブランドを守っていくことが日本企業にとってグローバル経営の観点から今後益々重要になってくるといわれている。</p> <p>しかしブランドの定義は一概ではないと同時に、結果としてブランドとして認知されているという側面もある。したがって本講義ではブランドマーケティングについての概念の整理よりも、より市場環境のリアリティに対応した実践的なブランド経営戦略について化粧品業界、トイレタリー業界を中心として特に資生堂の経営戦略をケースとして取り上げ解説する。当社はブランドを経営の根幹として位置づけており、創業以来のブランド哲学を時代環境にあわせ修正を加えながら140年後の現在も風土として持ち続けている企業である。</p> <p>また企業不祥事や商品事故が発生したら一夜にしてブランドは消滅するともいわれ、その意味からはブランド、ブランドマネジメントは単にマークやシンボルの問題にとどまらず経営の質、商品の質、サービスの質にかかわるものであり企業経営そのものとも言えるのでこの観点からの解説も加える。</p> <p>企業経営のマネジメント、商品開発、マーケティングの業務を目指す人に企業としての知的財産であるブランドの本質とそのマネジメントについて学んでもらうことを目的とする。</p>				
授 業 内 容				
1	ブランドの本質	米国の製品ブランド、日本の企業ブランド、欧州のラグジュアリーブランドの比較を通じてブランドの本質を理解する		
2	ブランドの要素	ブランドの構成要素についての解説		
3	資生堂のブランド戦略①	ラグジュアリーを志向しつつ日本型の企業ブランドを確立している資生堂のブランドの考え方と展開について解説する ・受け継がれるブランドのDNA 伝統とストーリー		
4	” ②			
5	ブランドのデザイン	ブランドをどのようにデザインするのか		
6	ブランドのバリューチェーン	ブランドの価値を効果的に顧客に伝える具体的方策について		
7	メーカーの流通戦略	激変する流通環境にメーカーはどのように対応してきたか、またこれからの戦略について		
8	ブランド・ポートフォリオ	企業はあるカテゴリーのなかでどれだけのブランドを保有すべきか、またメガブランド戦略とは		
9	商品開発体制	抽象価値としてのブランドを支える具体的な商品の強みを生み出すための体制とは		
10	グローバルizmとローカリズム	ブランドを画一的にグローバル展開するのか、ローカルの消費者に適応させるべきか、この矛盾の最適化とは		
11	企業の品格	ブランドを守る コーポレートガバナンス、CSR 経営の解説		

12	ブランディング	“好きになって”“買っていただいて”こそブランド。 そのためのプログラムとは
13	経営と文化	象徴資本としての“文化”経営戦略
履修上の注意・準備学習の内容		
デパートの化粧品売り場, GMS, ドラッグストアの日用品売り場を一度は覗いてみること		
教 科 書		
参 考 書		
J.N. カプフェレ著“ブランドマーケティングの再創造”(博報堂ブランドコンサルティング監訳, 東洋経済新報社)		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (30%) (2) 最終レポート成績点 (50%) (3) 議論への参加 (20%)		
そ の 他		
自分の好きなブランドを展開している企業のマーケティング戦略に注目してほしい。		

科目名		単位	担当教員名
グローバル・マーケティング・コミュニケーション		2単位	山口 生 史
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>マーケティング・コミュニケーションは、売り手（企業など）と顕在・潜在顧客・買い手（企業や個人などの消費側・者）との相互作用・双方向的な情報交換や意味の流れに焦点を当てる。マーケティング・コミュニケーションを手段とする売り手の目的は、買い手が製品・サービスを認知し、興味を持ち、評価をし、試行し、そして購入・採用するという一連の行動をとるように動機づけることである。すなわち、マーケティング・コミュニケーションは、Diffusion of innovation を起こすため、および、購買・採用という行動を継続してもらうための相互作用的手段である。売り手から買い手への、一方的ではない両者の意思疎通という意味で、コミュニケーションがその手段となる。そのためのコミュニケーションのあり方として、いかに買い手からの情報を得、それを有効に活用するかという双方向コミュニケーション戦略が必要となる。特にグローバルという状況では、異文化という要因が加わるため、状況はさらに複雑になる。文化や価値観が異なることによって、売り手と買い手の製品やサービスに対する価値判断も異なるからである。このクラスでは、買い手の文化的価値観やパーセプションなどの行動科学的アプローチ、コミュニケーション学と普及学の理論に基づいて、マーケティングに有効な異文化間コミュニケーション戦略を研究する。また、売り手と買い手の間のコミュニケーション活動にとって重要な概念である「パーセプション作用」の理解やパーセプション作用で選択的に注目されるシンボル＝ブランド・イメージ機能も講義内容に含める。さらに、市場の調査や潜在的・顕在的顧客情報の統計処理のための分析の仕方を、統計ソフトを利用し、受講生も操作しながら、講義することもある。</p> <p>このクラスでは、文化的価値観、普及のプロセスと理論（普及学＝Diffusion of innovation）、コミュニケーション理論のおおのほかに重点を置きながら、それぞれがいかに関連しているのかを、文献のリーディング、これまでの調査データ、ケースを通して研究する。到達目標は、受講生が架空の新商品あるいは新サービスを想定し（既存のものでも良いが）、クラスで議論した各理論を反映させたグローバル・マーケティング・コミュニケーション戦略を策定できるようにすることである。また、それを事例形式にして、ペーパーとして提出してもらう予定である。</p>			
授 業 内 容			
<以下は予定であるが、諸般の事情により多少の変更の可能性はある>			
1	「グローバル・マーケティング・コミュニケーションとは」	本クラスのイントロダクションとして、グローバル・マーケティング・コミュニケーションという学問の中に含まれるキーコンセプトを提示し、本講義の概要を説明する。	
2	「異文化マーケティングとグローバル・マーケティング」	ローカル、グローバル、トランスナショナルの違いについて。	
3	「マーケティングのためのコミュニケーション(1)」	情報処理理論とマーケティングコミュニケーションに関して。	
4	「マーケティングのためのコミュニケーション(2)」	マスコミュニケーションの機能に関して。	
5	「マーケティングのためのコミュニケーション(3)」	対人コミュニケーションの機能に関して。	
6	「マーケティングのためのコミュニケーション(4)」	ITの機能に関して。	
7	「マーケティング・コミュニケーションにおけるメディアとメッセージの機能」	物やサービスの効率的普及を促すために、効果的な媒体は何か、伝える情報内容はどのようなものであるべきかに関して、議論する。	
8	SPSSによるマーケティング調査と分析手法(1)		

9	SPSS によるマーケティング調査と分析手法 (2)	
10	SPSS によるマーケティング調査と分析手法 (3)	
11	「顧客満足とマーケティング・コミュニケーション」	購買の継続を促すためのコミュニケーション戦略について議論する。
12	「グローバル・マーケティング・コミュニケーションのための異文化理解 (1)」	異文化間コミュニケーションにおける重要概念である価値観, パーセプションがグローバル・マーケティングにいかに関与しているかを議論する。
13	「グローバル・マーケティング・コミュニケーションのための異文化理解 (2)」	トランスナショナル戦略を考える。
14	「異文化におけるマーケティングとコミュニケーション: 理論」	Woods, Gail Baker (1995) の Advertising and marketing to the new majority: A case study approach の 2 章分を精読する。
15	「異文化におけるマーケティング・コミュニケーション: ケース」	Woods, Gail Baker (1995) のケースを読み, 議論。
履修上の注意・準備学習の内容		
リーディング・アサイメントに基づくディスカッションへの積極的参加が望まれる。ペーパーの提出の期日を守ることが望まれる。		
教 科 書		
*田中洋・清水聡 [編] 『消費者・コミュニケーション戦略: 現代のマーケティング戦略<4>』 (有斐閣), 2006 *その他, 必要があれば, 授業の最初の日に提示する。		
参 考 書		
(1) フォンス・トロンペナルス&ピーター・ウーリアムズ / 古屋紀人 『異文化間のビジネス—多様性のビジネスマネジメント』 白桃書房, 2005 (古屋紀人監訳) [原書 2003]		
(2) Woods, Gail Baker (1995) Advertising and marketing to the new majority: A case study approach. Wadsworth.		
(3) 武井寿 『現代マーケティング・コミュニケーション』 白桃書房, 2000		
(4) 三宅隆之 『現代マーケティング・コミュニケーション入門』 慶應義塾大学出版会, 2004		
(5) 柏木重秋 (編著) 『マーケティング・コミュニケーション』 同文館, 1998		
(6) 豊田秀樹 (編著) 『購買心理を読み解く統計学』 東京図書, 2006		
(7) 石村貞夫 『SPSS による多変量データ解析の手順』 東京図書, 2005		
(8) E.M. ロジャーズ・青池慎一・宇野善康 『イノベーション普及学』 産能大学出版部, 1990		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 課題の提出 (50%)		
(2) ファイナル・ペーパー (50%)		
そ の 他		
(1) 学期中, 2~3回くらい, 統計ソフト SPSS を利用し, マーケティングの調査・分析の基本を教授する予定である。		
(2) 課題はリーディングアサイメントに基づく, サマリーペーパーの提出で, ほぼ, 毎週ある。		
(3) 発表がある場合は, かならずハンドアウトを用意すること。		
(4) ファイナルペーパーでは, 受講生が架空のある新商品やサービスを想定し (既存のものでも良いが), おのおののグローバル・マーケティング・コミュニケーション戦略を立案・作成してみる。		

科目名		単位	担当教員名
ビジネス・マーケティング		2単位	大友 純
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講義の主たる考察対象は産業財企業のマーケティング問題についてである。一般にマーケティング論は消費財に関する市場問題を扱うことを前提に考えられているが、産業財の生産や販売にかかわっている企業にとっても非常に重要な示唆を提供しうる論理体系を有している。したがって、ここでは産業財企業のマーケティング現象を説明するための理論的考察とその応用としての実践的な市場戦略を構築するための方法について検討することを目的としたい。</p> <p>また、産業財企業の市場活動においては、特に対人間、対組織とのコミュニケーションの創造にこそ問題解決の本質が見出されるので、組織間取引において生じるさまざまなマーケティング現象の分析視点を、売り手買い手間での戦略的なコミュニケーション問題として捉えながら議論を進めていきたい。</p>			
授 業 内 容			
1	産業財の特質	産業財の特質とマーケティングにおける財認識とは何かについて論じる。	
2	組織購買者行動の特質	産業財の購買プロセスに関する一般的な特質について概観する。	
3	産業財マーケティングと消費財マーケティングの認識方法	産業財と消費財の取引現象の相違性について考察する。	
4	購買センター概念の考え方	組織購買者に関する購買センター概念の重要性と問題点について論じる。	
5	ビジネス・コミュニケーションの基本視点	マーケティングにおけるコミュニケーション概念の導入とその重要性について論じる。	
6	取引行為における意味関係の創造	企業間コミュニケーションにおける意味関係の創造とはなにかについて検討する。	
7	市場の欲望探索の重要性	産業財企業における市場の欲望探索とは何かについて論じる。	
8	欲望探索における情報の所在	市場の欲望を探索するための情報をどこに求めればよいのかについて考える。	
9	財の効用と顧客探索	財の効用とは何かについて論じ、その効用を求める顧客をどのように探索すればよいのかについて検討する。	
10	産業財企業における技術問題	産業財マーケティングにおける技術開発の基本視点について論じる。	
11	技術の市場価値について	産業財企業における技術がいかなる市場価値と結びつけばよいのかについての方法を考える。	
12	情報優位性概念の重要性	産業財取引における情報優位概念と交渉優位性の関係について論じる。	
13	戦略提案の論理	戦略提案のための基本視点とその具体的な手法について検討する。	

履修上の注意・準備学習の内容		
<p>本授業の基本目的である組織間取引問題に関する実践的な課題解決につながるような議論を効果的に進めていくためには、受講生諸氏のビジネス経験に基づく意見交換が不可欠となるので、積極的な議論への参加が望まれる。</p>		
教 科 書		
特に指定しない。		
参 考 書		
基本的な参考文献については授業において随時紹介していく。		
成 績 評 価 の 方 法		
<p>事例演習などをレポートにより提出。成績の評価は以下のとおりとする。</p> <p>(1) 授業出席点 (60%)</p> <p>(2) 最終レポート成績点 (20%)</p> <p>(3) 授業中での議論への参加 (20%)</p>		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
流通マネジメント		2単位	上原 征彦
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講義では、メーカーの流通チャネル戦略、卸売業者と小売業者の流通戦略について学ぶ。ここでは、情報化やグローバル化によって個々の流通機関の戦略が大きく変わりつつあること、また、各々が最終消費者との結びつきを強めようとしていること、さらに、有力メーカーと有力流通業者とで戦略的同盟を形成する動きが盛んになりつつあることに注目しつつ、未来志向的な授業を行なう。そして、流通の正義を実現するマネジメントのあり方についても学習していく。なお、以下の授業内容は、学習効果を考慮に入れ、順序等の変更もあり得る。</p>			
授 業 内 容			
1	小売業者の流通戦略の基本特性	小売業態や品揃えの決定、立地戦略、チェーンオペレーション、顧客対応戦略、その倫理などに関する基本知識を学ぶ。	
2	小売業者の流通戦略の変化	小売業者の戦略が、情報化やグローバル化などによって、どう変わってきているかを考察する。	
3	卸売業者の流通戦略の基本特性	小売組織化戦略、品揃え戦略、物流戦略、取引の倫理などについての基本知識を学ぶ。	
4	卸売業者の流通戦略の変化	卸売業者の戦略が、情報化やグローバル化などによって、どう変わってきているかを考察する。	
5	メーカーの流通チャネル戦略の基本特性	メーカーの流通チャネルの選択と管理、およびその倫理的側面について基本知識を学ぶ。	
6	メーカーの流通チャネル戦略の変化	メーカーの流通チャネル戦略が、情報化やグローバル化などによってどう変わってきているかを考察する。	
7	垂直的流通システムの構築	複数の流通機関が垂直的に結びつく戦略とその仕組みについて学ぶ。	
8	チェーンオペレーションの戦略的論理	流通におけるチェーンオペレーションの重要性とその戦略について学ぶ。	
9	物流戦略の論理	メーカーや卸売業者の物流戦略をどう展開すべきかについて学ぶ。	
10	製販同盟と流通情報システム戦略	有力メーカーと有力流通業者との製販同盟について学び、メーカー、流通業者の各々がどのような流通情報システムの構築を目指すべきかを考える。	
11	流通業者のグローバル化戦略	流通外資の日本への参入戦略、日本の流通業者の海外進出戦略について学び、その違いについて考える。	
12	インターネットによる最終消費者への接近	インターネットによる消費者直販についての論理と戦略について学ぶ。ここでダイレクトマーケティングについての理論を身につける。	
13	流通マネジメントの未来	流通マネジメントが、今後、どの部分で大きく変わるか、その要因は何か、ということについてやや大胆な予測を試みる。	

履修上の注意・準備学習の内容
流通論を履修することを勧める。
教科書
基本的には、教師が提供する資料に基づいて授業を行なうが、以下の教科書の内容を含んでいる。 上原征彦『マーケティング戦略論』有斐閣、1999年（第4章 第6－8節、第5章 第4－5節、第6章 第2節）
参考書
経済産業省『新流通ビジョン』（財）経済産業調査会 2008 今泉・上原・菊池『中間流通のダイナミックス』創風社 2010
成績評価の方法
(1) 2～5回のミニテスト（35%） (2) アサインメントの達成度（35%） (3) 出席率（30%） をおおよそその目途としている。
その他
本講義は、流通論をより高度化したもの、流通論の応用編と位置づけられるものであることを理解してほしい。

科目名		単位	担当教員名
サービス・マネジメント		2単位	近藤隆雄
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>サービス・マネジメントは、サービス商品の提供を主たるオファーとするビジネスのマネジメントを取り上げる。サービスは、生産と消費の同時性という基本的な特徴を持っているが、このためにサービスの場合、生産と販売と消費が同時に同じ場所で起こることになる。したがって、サービスの販売を主たるテーマとする「サービス・マーケティング」とサービス生産組織のマネジメントを扱う「サービス・マネジメント」は重なってくる。実際、この二つの学問領域は相互互換的に使われることも少なくない。(普通、サービス経営の研究を米国ではサービス・マーケティングと呼び、ヨーロッパではサービス・マネジメントと呼ぶことが一般化している)。しかし、重なっているとしても、企業の外部適応をサービス・マーケティングとし、内部適応をサービス・マネジメントとすることは可能であり、本講義ではこの分類にしたがってトピックを分類している。つまり組織構造や従業員管理、サービス品質の問題などを内部適応の課題として区分をしている。つまり、サービス経営の研究へ、ほとんどの決定が外部適応と内部適応の両方を視野にした議論が必要とするが、本講では比較的变化の少ない構造的要素をサービス・マネジメントのトピックとして扱うこととする。それ故、受講生諸君は、本講義と平行してサービス・マーケティングの講義も受講することを強く薦める。そうでなければ、全体的なサービス経営を把握することは難しいと考えられるからである。</p>			
授業内容			
1	イントロダクション	授業の進め方、サービスの定義、特徴などの説明	
2	サービスの分類	サービスの本質は価値創造的な活動であるためさまざまな分類が可能だが、各分類を紹介すると共に、そのマネジメント的なインプリケーションも検討する。	
3	サービス・マーケティング・ミックス	製品、立地、価格、プロモーションの4P以外にサービス経営では、人材、過程、物的要素の3つのPも含まれる。	
4	サービス品質	サービスの品質はモノ製品の品質評価とは異なる特徴を持っている。その対比やサービス品質の評価の手法など。	
5	サービス・デリバリー・システム	サービス・オペレーションとデリバリー・システムとの違いや関係。サービス・デリバリーでの時間や場所の問題を検討する。	
6	サービスの価格	サービスとモノ製品の価格設定の違い。価格の機能。サービスの価格設定の基本。価格設定戦略。	
7	サービス・コミュニケーション	サービス経営における宣伝、広告の特殊性。コミュニケーション・ミックス。購買行動とコミュニケーション。サービス・コミュニケーションのガイドライン。専門職のサービス・コミュニケーション。	
8	エンパワメント	エンパワメントとはなにか。コンティンジェンシー理論。エンパワメントのコスト・ベネフィット。リレイショナルなエンパワメントとモチベーションなエンパワメント。セフル・エフィカシーのエンパワメント。	
9	苦情対応	苦情マネジメント。顧客の苦情行動。苦情対応のステップ。	

10	キャパシティ・マネジメント	キャパシティ・マネジメントはサービス・オペレーション上の重要な課題である。サービスでは需要と供給が一致しないことが多いが、どのようにキャパシティ・マネジメントを行って、この不一致を少なくするか考える。
11	カスタマー・エクイティ	カスタマー・エクイティとは顧客資産のこと。顧客資産は現在の顧客が生むであろう将来価値を問題とする。
12	サービス・デザインとイノベーション	サービス・イノベーションの意味、モノ・イノベーションとの違い、その方法などを論ずる。
13	サービス経営の課題	残された問題。新しい方向。
履修上の注意・準備学習の内容		
前期のサービス・マーケティングの講義を履修することが望ましい。		
教 科 書		
近藤隆雄著『サービス・マネジメント入門（第3版）』生産性出版，2007年		
参 考 書		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) レポート（50%） (2) ディスカッションへの参加（20%） (3) 出席率（30%）		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
CRM (データ・マイニング)		2単位	山 川 義 介
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>CRM (Customer Relationship Management) とは何かと質問すると、「顧客との関係を深め継続的に売り上げ利益をアップさせる経営手法」といった回答が返って来ることが多いのですが、単純に顧客の事を良く知りその顧客に合ったマーケティング手法を用いるだけであれば、地元密着型の八百屋さんや電気屋さんと変わりません。</p> <p>1990年代前半で米国で誕生し、1990年後半に日本で大ブームを起こした CRM は、「情報システムを利用する」ということと「大量の顧客を対象にしている」ということが、大きな特徴であり、データマイニングという解析手法が使われるようになったわけです。</p> <p>1990年代に CRM を導入した企業のほとんどが成功をしなかったとも言われます。なぜ、失敗をしたのか、そして10年が経過した今、なぜまた CRM に注目が集まっているのか、本講義では、そのあたりの背景を探るとともに、具体的な CRM で用いられる手法を実例を通して学び、最新のネットビジネス、One to one web マーケティングにどう活かされているのか、また今後はどういう方向に向かうのかを明らかにします。</p> <p>講義内では、CRM・データマイニングのソフト開発者等を招いて、実際の分析のデモンストレーションを見たり、現場の話を聞いたりしたいと思います。また実際にその場でアンケートを取り、解析した結果を見ながら、クラスター分析やポジショニングなどを体感していただきます。</p> <p>なお、講義ではほとんど数式を使わず、統計や多変量解析の基礎も学びます。「偏差値がどういうものなのか分からない」、「正規分布や分散って何なのかが分からない」といった数学の苦手な文系の方でも理解できる内容を目指しますので安心して受講してください。</p>			
授 業 内 容			
1	講義の進め方, 全体の俯瞰	CRM とは何か	
2	CRM の実際	CRM 失敗の本質, RFM 分析による顧客分類	
3	データマイニングとは何か	統計分析との違い, データマイニングの手順	
4	データマイニングの手法 1	統計の基礎, 正規分布, 偏差値	
5	データマイニングの手法 2	1 変量解析, 2 変量解析, 多変量解析	
6	データマイニングの手法 3	数量化理論, 主成分分析	
7	テキストマイニングとは何か	形態素解析, 係り受け, 頻度分析, 意味分析	
8	データマイニングの手法 4	階層クラスター分析と非階層クラスター分析	
9	テキストマイニングとは何か	ゲスト講師を招いてテキストデータ処理の実際を見る (予定)	
10	レコメンデーションとは何か	協調フィルタリング, 共起分析, バスケット分析	
11	レコメンデーションのロジック	共起分析, 協調フィルタリング	
12	CRM とパーソナライゼーション	パーソナライゼーションの手法と実際	
13	事例研究	最新 CRM, インターネットビジネス事情	

履修上の注意・準備学習の内容		
<p>講義終了後 24 時間以内に毎回簡単なレポートをエクセルで提出していただきます。</p> <p>< 1 >勉強になったこと < 2 >面白いと思ったこと < 3 >分からなかったこと < 4 >その他要望や意見</p> <p>質問の回答は次回講義の中で詳しく復習しますが、要望や意見も反映していきたいと考えており、よりインタラクティブな講義を目指します。</p>		
教 科 書		
使用しません。 資料は毎回配布し、その他参考資料の PDF も指定サーバーに保存しておきます。		
参 考 書		
(1) 『CRM の実際』 古林宏 (著), 日経文庫, ISBN4-532-10877-2 (2) 『顧客を知り尽くし顧客を満足させる法』 DAIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー編集部 (編・訳), ダイヤモンド社, ISBN4-478-37524-0 (3) 『数式を使わないデータマイニング入門』 岡嶋裕史 (著), 光文社新書 (4) 『One-to-one を超えた WEB パーソナライゼーション』 トーマス A. フォーリー (著), 日経 BP 社 (5) 『データマイニングの基礎』 元田 浩, 山口高平, 津本周作, 沼尾正行 (著), 情報処理学会編集		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (30%) (2) 毎回の受講レポート (30%) (3) 最終レポート成績点 (40%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
ロジスティクス論		2単位	橋本雅隆
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ロジスティクスは、ミクロとマクロの視点から捉えることができるが、本講義では主としてミクロの視点、すなわち企業経営の立場から論じる。ミクロのロジスティクス・マネジメントは、物流の拡張概念であるとする流れと、「物事（事象）に向けた準備」の概念であるとする流れがある。前者の流れのロジスティクス概念は、現在ではサプライチェーン・マネジメント（SCM）の一部であるとされている。また、後者の流れのロジスティクス概念は、ライフサイクル・サポートとしてシステムの開発、運用、保全、廃棄、再利用に至るシステム支援のプロセス体系として確立されている。両者に共通する内容は、ある経営目標に向けての一連の活動プロセスに対するマネジメントの理論・体系とその仕組み（システム）であるという点である。本講義では、これらの両者を統合する拡張ロジスティクス論の立場から講義する。従来の経営学では、主として戦略と組織がその対象になってきた。ロジスティクス論では、顧客価値の提供を実現する一連の活動とそれを実現する仕組み（これを事業システムという）自体を中心にすえ、これをロジスティクス・プロセスと見る。ロジスティクス・プロセスには、事業（製品）の企画・開発、設計、生産準備、運用・保全、廃棄・再利用といった事業ライフサイクルサポート・プロセスと、原材料・部品の調達、生産、販売、物流、リバーズ・ロジスティクスといったSCMのプロセスの2つの軸から成る。このプロセス・アーキテクチャ、戦略にもとづく製品・サービスアーキテクチャ、組織アーキテクチャを統合した事業システム構造全体からロジスティクスの役割について考える。事業システムは、提供される顧客価値と競争優位性、投資採算性の確保、事業環境変化への対応の視点から評価される。</p> <p>授業においては、事例の検討を通じて、事業システム設計の基本について理解することを目標とする。まず、物流、ロジスティクス、SCMに関する基礎的知識を習得させ、ロジスティクスに関する主要理論について理解させる。次に、事例を用いた参加型の授業によって意欲と関心を高めると共に、演習を通じて思考・判断の能力を高め、事業システム設計の基礎的能力を高める。</p>			
授業内容			
1	ロジスティクス概念とその枠組み	ロジスティクスの2つの概念と定義およびロジスティクスの経営における位置づけとその意義を理解させる。特に、規模・範囲・ネットワーク・スピードの経済性と戦略および組織・市場との関係を理解させる。	
2	物流とロジスティクスの理論Ⅰ	物流概念の生成について説明し、標準化と活動の統合最適化が物流の基本概念であることを説明する。さらに、マクロとミクロの物流概念についても説明する。	
3	物流とロジスティクスの理論Ⅱ	ミクロの物流における諸活動（輸送、保管、荷役、包装、流通加工、物流情報処理）について説明する。また、物流ネットワーク概念について説明する。	
4	物流とロジスティクスの理論Ⅲ	物流サービスと物流の効果性、物流コストと物流効率化、物流組織、流通と在庫管理、取引制度と物流ネットワークの発展について事例を交えて説明し、流通と物流の進化について考察させる。	
5	ロジスティクス・マネジメントの基礎理論Ⅰ	企業における基幹業務プロセスについて説明する。特定の顧客提供価値を想定してこれを実現する基幹業務プロセスの構築について、演習を交えて習得する。	

6	ロジスティクス・マネジメントの基礎理論 II	ロジスティクス・マネジメントと在庫について理論的な側面について理解させる。特に、在庫の削減手法について理論と手法の結びつきについて理解させる。
7	ロジスティクス・マネジメントの基礎理論 III	ロジスティクス・プロセスとリードタイム及び在庫の関係を動的に取り扱うモデルを提示する。これを用いて、ロジスティクスの動的なマネジメントとロジスティクス・プロセス構造設計の基本について説明する。
8	サプライチェーン・マネジメントの理論 I	サプライチェーン・マネジメント (SCM) の定義と基本概念について説明する。特に、企業間をまたがるシームレスなプロセスの形成と企業間関係 (戦略的提携) について説明する。
9	サプライチェーン・マネジメントの理論 II	SCM における企業間の動的在庫マネジメントに関する理論を説明し、演習としてシミュレーションを行い、理論に対する理解の深化と具体的な手法とを結びつけて理解することを促す。
10	ライフサイクル・サポート・ロジスティクス	大規模システムなどのライフサイクル・サポート・ロジスティクスの体系を示し、開発、運用、保全、廃棄、再利用に至るシステム支援のプロセスと SCM プロセスの統合概念について理解させる。
11	事業システムと企業戦略の関係 I	企業の戦略的ポジショニングと製品・サービスアーキテクチャ、顧客提供価値を実現するプロセスアーキテクチャ、経営資源・組織アーキテクチャを統合する事業システム の概念について説明する。
12	事業システムと企業戦略の関係 II	SCM 戦略は、事業システム全体のアーキテクチャとの整合性が確保されない限り、競争優位性の源泉とはなりえない。事例を通じて競争優位な事業システムとロジスティクス (SCM) について考察させる。
13	事業システムと企業戦略の関係 III	ビジネスのグローバル化に伴い、SCM もグローバル化が急務となっている。グローバル SCM に固有の問題点を指摘し、対応策について討議し、全体のまとめを行う。
履修上の注意・準備学習の内容		
履修に当たっては、経営戦略論、マーケティング論、財務・会計の基礎について理解していることが望ましい。物流・ロジスティクスに関する基礎的知識は参考書・レジメによって補うことがある。事例分析やシミュレーションなどで小グループの演習形式を併用する場合がある。		
教 科 書		
別途、指示する。		
参 考 書		
中田信哉・湯浅和夫・橋本雅隆・長峰太郎『現代物流システム論』有斐閣ほか。		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) 授業出席点 (30%) (2) 最終レポート成績点 (40%) (3) 授業中での議論への参加 (30%)		
そ の 他		
特になし。		

科目名		単位	担当教員名
マーケット・リサーチ		2単位	富 狭 泰
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>マーケティング計画の立案と実施に際しては、常に望ましい情報や情報収集手段が用意されているわけではありません。その意味では、計画立案の時点および計画立案者の置かれている場で入手できるさまざまな「情報」を利用することが求められます。</p> <p>この授業では、履修者がマーケティングの“Plan-Do-Check-Action”の過程で必要な市場情報とその収集方法・分析方法についての知識を、なるべく広範囲に身につけることを目的としています。</p> <p>リサーチを「調査」、とくに「標本調査」と「定量的分析手法」といった狭い範囲で捉えず、マーケティングの計画立案や実行の際に必要な情報収集・分析という、広い視点で捉えています。</p>			
授業内容			
以下の授業内容を予定しています。最終的には多少変更される可能性があります。改訂版は最初の授業時に配布します。			
1	マーケティングと市場情報	1) マーケティングリサーチの目的と方法 2) マーケティング計画と実施に必要な情報	
2	マーケティングデータ収集・分析の基礎	3) マーケティングデータの種類 4) マーケティングデータの収集方法 5) マーケティングデータの分析手法	
3	市場構造を把握するために	6) 市場環境の分析：社会環境／マクロ経済環境 7) 消費者市場の分析 (1)：セグメンテーション 8) 消費者市場の分析 (2)：ポジショニング 9) 市場競争の分析 (1) 10) 市場競争の分析 (2)	
4	発想のための情報収集と分析	11) 新製品開発のための情報収集と分析 12) コンセプト開発のための情報収集と分析 13) 新製品開発のためマーケット・リサーチ体系（事例）	
5	総括	14) 授業メモから	
履修上の注意・準備学習の内容			
<ul style="list-style-type: none"> ・ベーシック・マーケティングと統計学は、並行履修（もしくは既修）を前提としています。 ・市場調査に関連する基礎的な統計の知識は説明しますが、詳細は「統計学」および「多変量解析」の授業に譲ります。 			
教科書			
・教科書は特に定めません。			
参考書			
<p>授業時に適宜紹介しますが、主なものは以下の通りです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・田村正紀『リサーチ・デザイン』白桃書房 2006 ・小川孔輔『マーケティング入門』日本経済新聞出版社 2009 ・上田拓治『マーケティングリサーチの論理と技法』第3版 日本評論社 2008 ・古川・守口・阿部『マーケティング・サイエンス』有斐閣 2003 			

成 績 評 価 の 方 法
< 1 >出席 (20%)
< 2 >授業への参加度もしくは授業メモの提出と記述内容 (20%)
< 3 >期末レポート (60%)
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
マーケティング・ワークショップ I		2単位	富 狭 泰
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>マーケティング・ワークショップ (I) はマーケティング・ワークショップ (II) と連続した科目で、この二つを履修することが条件です。参加する学生諸氏は、1年間かけて新規サービスの事業計画を作成することが求められます。前期 (I) は富狭が、後期 (II) は近藤が主担当です。また前後期ともに、ゲスト講師による事業開発の講義をそれぞれ数回予定しています。(日程調整等の必要から、ゲスト講師と講義スケジュールについては現在検討中。) 前期の授業は、(1) 新規事業開発に必要な基礎知識に関する講義、(2) 学生諸氏による新規事業開発の事例研究、(3) 学生諸氏の事業開発案の中間発表とディスカッション、の三部で構成されます。履修生には、事例分析と新規事業開発計画の中間発表が課せられます。最終完成案は後期「マーケティング・ワークショップ (II)」で発表してもらう予定です。事業計画案の作成のみならず、ディスカッションによる発表への積極的な参加と貢献を期待します。</p>			
授 業 内 容			
<p>授業内容として以下を予定していますが、履修者数によって編成するチーム数が変わるため、ゲスト講師および新規事業開発概論の時間数が変化することを、あらかじめお断りしておきます。</p>			
1	オリエンテーション	ワークショップの進め方	
2	新規事業開発概論 (1)	サービス事業概念の検討	
3	新規事業開発概論 (2)	事業戦略の検討	
4	新規事業開発概論 (3)	事業戦略立案の基本フレーム検討	
5	新規事業開発概論 (4)	ベンチャービジネスについて	
6	ゲスト講師 (1)		
7	自主研究 (事例研究発表の準備)		
8	事例研究報告 (第1回)	学生のプレゼンテーション	
9	事例研究報告 (第2回)	学生のプレゼンテーション	
10	ゲスト講師 (2)		
11	ゲスト講師 (3)		
12	自主研究 (中間発表の準備)		
13	新規事業案 中間発表 (1)	学生のプレゼンテーション (第1回)	
14	新規事業案 中間発表 (2)	学生のプレゼンテーション (第2回)	
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>マーケティング・ワークショップ (I) (II) は連続して履修することが前提。</p>			
教 科 書			
<p>事業開発事例研究については、嶋口充輝『顧客創造』有斐閣を使用します。事例研究に参考にしてください。</p>			
参 考 書			
<p>その都度紹介します。</p>			

成 績 評 価 の 方 法
(1) プレゼンテーションに対する工夫 (20%) (2) ディスカッションへの参加の程度 (30%) (3) 新規事業案 (中間発表) の魅力度 (50% : 計画案に対する学生諸氏の評価を参考にします)
そ の 他

科目名		単位	担当教員名
マーケティング・ワークショップⅡ		2単位	近藤 隆雄
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>このワークショップは、「マーケティング・ワークショップⅠ」に連続する後半部分である。一年間を通じて、各人が個人またはグループで、自分の新規事業開発を立案することが目標である。したがって前期は、必ず「マーケティング・ワークショップⅠ」を受講しなければならない。内容はワークショップのⅠの「概要・目的」を参照すること。</p> <p>なお、実際の授業内容の進め方については、第一回のオリエンテーションの際に今年度の予定表を配布する。</p>			
授 業 内 容			
1	オリエンテーション	後期のワークショップの進め方	
2	「新規事業プランの立案」	講義	
3	中間発表		
4	「情報技術の発展と新規事業開発」 外部講師		
5	外部講師講演		
6	外部講師講演		
7	事例研究<1>		
8	「新規事業案のヒント」内部講師		
9	事例研究<2>		
10	事例研究<3>		
11	最終発表<1>		
12	最終発表<2>		
13	最終発表<3>		
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>「マーケティング・ワークショップⅠ」の履修者のみが履修可能。</p> <p>・事例研究は、嶋口他「マーケティング革新の時代、第一巻『顧客創造』の中から事例を各組が一つ選んで発表する。(但し、第3、第4、第5、第8、第11、第13、第14章の中から選択する。)</p>			
教 科 書			
事業開発ケース研究については、嶋口充輝その他編『顧客創造』有斐閣を使用する。			
参 考 書			
その都度指定する。			
成 績 評 価 の 方 法			
「マーケティング・ワークショップⅠ」の「成績評価の方法」を参照。			
そ の 他			
ゲスト講師の都合などで日程が変更になることがあるので、学期初めに配布する授業スケジュールを参照すること。			

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディ I (マーケティング)		2単位	近藤 隆雄
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>ケースメソッド（ケーススタディ）とは、ディスカッションによる学習形式であり、学生と教員の共同作業によって実行される。教室に集まった参加者一人ひとりが自分の考えを発言し、相互に理解し、対立し、そして新たな理解をグループとして作り上げることにより達成される。ケースで描かれた現実問題の解決という「経験」のなかで概念や考え方を使うことにより、学生諸君がそれらを自分のものとするのが目的である。なおケース分析に正解はない。参加者が分析、提案を討論の中で経験することによって、そのプロセスからさまざまな視点や発想を学ぶことを狙っている。具体的には、各ケースについて3つのステップを踏んで学習が行われる。(1) 自己学習：授業に参加する前に、指定されたケースを熟読し、個人別のレポートまたはメモを用意する。(2) グループ研究：参加者の人数によってメンバーの数やグループの数は変わるが、少人数のグループを作って、各人が用意したメモにしたがって分析と提案を述べ討論を行う。自分の分析や意見を他のメンバーに発表し、相互に批判し合って問題への理解を深めることを目的とする。(3) 全体討議：全部の参加者が集まり、分析と検討、対策案の発表などを行い、全体で討論する。全体討議に先立って、各人がまとめておくべき項目は、イ) 現状の問題に関する重要な諸事実の確認、ロ) 解決を必要とする問題の把握、ハ) 環境要因、状況変化の予測、ニ) 問題解決のための複数の解決策と予想される結果、ホ) 自分がベストと思う解決策とその理由、ヘ) ケース全体から学ぶべき点の6点である。なお、ケースは少なくとも3回は読まねばならない。最初は何が課題なのか、主要な登場人物、重要な事実などを理解するためにざっと読み頭に入れる。次は、ユツクリ注意深く、重要な事実を記録しながら読む。最後は、自分のメモをまとめることを念頭において再読することが必要である。ケースはサービス・ビジネスに関連したものを選び、事前に配布する。したがってケースを分析するための基礎知識は、サービス・マーケティング、サービス・マネジメントの理論が主となるが、その他一般的な経営理論、経営組織理論、経営戦略論などに関する知識や理論も大切である。</p>			
授 業 内 容			
1	オリエンテーション	ケースメソッドの進め方の説明、ケースの配布などを行う。	
2	第1回グループ研究	少人数のグループを作って、グループ研究を行う。	
3	第1回全体討議	教員を含め、全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。	
4	第2回グループ研究	少人数のグループを作って、グループ研究を行う。	
5	第2回全体討議	教員を含め、全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。	
6	第3回グループ研究	少人数のグループを作って、グループ研究を行う。	
7	第3回全体討議	教員を含め、全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。	
8	第4回グループ研究	少人数のグループを作って、グループ研究を行う。	
9	第4回全体討議	教員を含め、全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。	
10	第5回グループ研究	少人数のグループを作って、グループ研究を行う。	
11	第5回全体討議	教員を含め、全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。	
12	第6回グループ研究	少人数のグループを作って、グループ研究を行う。	

13	第6回全体討議	教員を含め，全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。
履修上の注意・準備学習の内容		
このケースメソッドの授業では，サービス・ビジネスのケースを中心とするので，事前にサービス・マーケティングおよびサービス・マネジメントの授業を履修しておくことが望ましい。		
教 科 書		
特に指定しない。		
参 考 書		
成 績 評 価 の 方 法		
(1) グループ研究での貢献 (30%) (2) 全体討議への貢献 (40%) (3) 出席率 (30%)		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディⅡ（マーケティング）		2単位	上原 征彦
開講区分	後期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<p>マーケティングと流通についてのハーバード流の本格的なケース・メソッドを採用する。ここでのケース・スタディは、特定のテーマについて実際に行なわれた企業活動を記述した資料（これをケースと呼ぶ）を熟読し、これに基づいて討論を展開し、定石を身につける能力を高めていくことを指す。ケース・スタディには分析型（ケースをデータとして活用する）と問題解決型（ケースから戦略を導き出す）があるが、本授業では後者に重きを置く。</p> <p>本授業では、マーケティング戦略立案、流通チャネル戦略、営業戦略、インターネット・マーケティングなど多方面にわたってケース・スタディを実施するが、各々について、まず個人で事実の体系的把握を行ない、次にグループをつくってディスカッションを展開し、最後にその結果を報告してもらい、互いに評価し合うことにする。なお、以下の授業内容は、主たるテーマについて記したもので、学習効果を考慮に入れ、順序等の変更もあり得るし、受講生の学習進展度によっても変わることがある。</p>			
授 業 内 容			
1	ケース・スタディとは何か	ケース・スタディの学び方とその効果を把握しつつ、本授業を有効に展開するための準備を行なう。	
2	マーケティング戦略立案ケースについての事実の把握	与えられたケースについて個々人で体系的な分析を行なう。	
3	同上ケースについてのグループ討議	いくつかのグループに分かれ、各々のグループで問題解決案をつくってもらう。	
4	同上ケースについての報告会	各グループごとに問題解決案を報告してもらい、互いに評価し合う。	
5	流通チャネル戦略ケースについての事実の把握	与えられたケースについて個々人で体系的な分析を行なう。	
6	同上ケースについてのグループ討議	いくつかのグループに分かれ、各々のグループで問題解決案をつくってもらう。	
7	同上ケースについての報告会	各グループごとに問題解決案を報告してもらい、互いに評価し合う。	
8	営業戦略ケースについての事実の把握	与えられたケースについて個々人で体系的な分析を行なう。	
9	同上ケースについてのグループ討議	いくつかのグループに分かれ、各々のグループで問題解決案をつくってもらう。	
10	同上ケースについての報告会	各グループごとに問題解決案を報告してもらい、互いに評価し合う。	
11	インターネットマーケティングのケースについての事実の把握	与えられたケースについて個々人で体系的な分析を行なう。	
12	同上ケースについてのグループ討議	いくつかのグループに分かれ、各々のグループで問題解決案をつくってもらう。	
13	同上ケースについての報告会	各グループごとに問題解決案を報告してもらい、互いに評価し合う。	

履修上の注意・準備学習の内容
戦略マーケティングとマーケティング競争も履修することを勧める。
教 科 書
教師が提供するケースを熟読してもらう。
参 考 書
上原征彦『マーケティング戦略論』有斐閣，1999年
成 績 評 価 の 方 法
(1) アサインメントの達成度 (25%) (2) ディスカッションへの参加 (25%) (3) 出席率 (50%) をおおよその目途としている。
そ の 他
あらかじめケースを渡しておくので、それを熟読したうえで授業に参加してほしい。

科目名		単位	担当教員名
ケース・スタディ III (マーケティング)		2単位	富 狭 泰
開講区分	前期	配当年次	1・2年
授業の概要・到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・ケース・スタディ III では、毎回報告者を決めて企業のマーケティング事例に関する研究論文（著書を含む）数編を読み、報告者からのプレゼンテーションを受けて、全員でディスカッションをする予定です。 ・ブランド論を中心とした関連テーマを主に議論します。 ・最初の数回は、準備として教師からの講義があります。 ・授業の履修者数にもよりますが、5回目くらいから、報告担当者のプレゼンテーションとディスカッションを行います。 ・発表担当者は、発表の持ち時間の中で、事例論文以外に関連する補足資料を加えて事例を説明し、論文の概要、論文に対する自分自身の意見を述べて、クラスのディスカッションをリードしてください。 ・履修予定者はあらかじめ事例研究論文を読み、事例の理解をして授業に参加することが求められます。 ・資料は授業の3週間前（予定）に配布します。 			
授 業 内 容			
ここでは現時点で予定される授業内容を掲示しておきますが、事例および事例のテーマについては、第1回目の授業時に詳細の案内を配布します。			
1	授業の進め方について		
2	講義 1 回目		
3	講義 2 回目	事例のテーマと報告の順番について	
4	講義 3 回目	事例報告資料配付 (1)	
5	講義 4 回目	事例報告資料配付 (2)	
6	学生の事例報告 (1) とディスカッション	事例報告資料配付 (3)	
7	学生の事例報告 (2) とディスカッション	事例報告資料配付 (4)	
8	学生の事例報告 (3) とディスカッション	事例報告資料配付 (5)	
9	学生の事例報告 (4) とディスカッション	事例報告資料配付 (6)	
10	学生の事例報告 (5) とディスカッション	事例報告資料配付 (7)	
11	学生の事例報告 (6) とディスカッション	事例報告資料配付 (8)	
12	学生の事例報告 (7) とディスカッション	事例報告資料配付 (9)	
13	学生の事例報告 (8) とディスカッション		

14	学生の事例報告(9)とディスカッション	
履修上の注意・準備学習の内容		
<ul style="list-style-type: none"> ・報告およびディスカッションの回数と持ち時間は、履修者の人数に応じて決めます。人数の多い場合は、グループ単位で行うことも考慮します。 ・期末にディスカッション内容を踏まえたレポート提出を課す場合もあります。 ・ベーシック・マーケティングの既修もしくは並行履修が必要です。 		
教 科 書		
<ul style="list-style-type: none"> ・読む論文については、最初の授業で一覧表を配布します。 ・教科書は特に定めません。 		
参 考 書		
<ul style="list-style-type: none"> ・最初の授業でお知らせします。 ・講義資料はクラスウェブの「資料」に掲出します。 ・ブランド論については、D. アーカー, E. ヨアヒムスターラー『ブランド・リーダーシップ』阿久津聡訳 2000 を参考書としてあげておきます。 		
成 績 評 価 の 方 法		
<ul style="list-style-type: none"> ・出席 (20%) ・ディスカッションへの参加度 (30%) ・報告レポート (50%) 		
そ の 他		

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2単位	刈屋武昭
開講区分	前期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>修士論文作成を指導する。指導教官として刈屋を選択するものを対象とする。私が指導可能な範囲は、事業リスク管理，エンタープライズリスクマネジメント，リアルオプション，無形資産企業価値創造，ブランド評価モデル，プロジェクトファイナンスなどである。</p>			
授業内容			
<p>それぞれ選択したテーマを指定した文献などについて個人発表を中心とする。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>面接が必要である。</p>			
教科書			
<p>上記の方針に従って各個人に指定される。</p>			
参考書			
<p>上記の方針に従って各個人に指定される。</p>			
成績評価の方法			
<p>出席（30%），ゼミでの発表内容（40%），宿題（30%）を合わせて評価する。</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2単位	上原 征彦
開講区分	前期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>本演習は、修士の資格を得るための論文作成の指導を行なう。演習 I では、各人が流通・マーケティング等に関してどんなテーマをどのようにアプローチするかについてのアジェンダを作成することに重きをおく。各人の問題意識と視座を明らかにし、テーマを設定し、その内容についてのアプローチ方法と構成についておおよその目途が付けられるようになることを目的としている。</p>			
授業内容			
<p>受講生および専門家等から問題提起してもらい、これについてクラス全員でディスカッションを行なう。このようなディスカッションを通じて各々が研究テーマを鮮明にしていくことが期待される。必要に応じて個人的に教師と相談する機会を積極的に設ける。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>この演習では、問題の発見とその解決についてかなり訓練されていることを要求するので、演習希望者は、1年次にケーススタディ II (マーケティング) —上原担当—を履修しておいてほしい。</p>			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>アサインメントの達成度 (50%)、ディスカッションへの参加 (30%)、出席率 (20%) を評価のおおよその目途とする。</p>			
その他			
<p>どんな文献を読むべきかは、積極的に教師と相談してほしい。</p>			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2単位	近藤 隆雄
開講区分	前期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>本演習は、履修者の修士論文の作成を援助し、最終的に各人の論文を完成させることを目的とする。論文を仕上げるには、取り上げる問題領域の選定から、問題意識の絞り込み、論文構成の作成等、いろんなステップを経なければならない。これらのステップをなるべく早く経験して、最終的には優れた論文を効率的に書き上げることを目標とする。「必ず書ける」がモットーである。</p>			
授業内容			
<p>修士論文を完成させることを目的に、各段階において必要な概念の整理や論文作成の作法などを学習するために、個人指導、グループ討議，などを行う。</p> <p>夏の休暇中に第一稿を書き上げ，9月の第3週に近藤に提出する。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>(1) 出席率 (30%) (2) グループ討議での貢献度 (30%) (3) 各人の論文作成段階毎の発展度 (40%)</p>			
その他			
<p>夏期休暇の終了時に修士論文の第一稿を提出してもらおう。</p>			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅰ		2単位	山口 不二夫
開講区分	前期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>修士論文作成のための個別指導が中心である。会計分野における修士論文の書き方は以下の4方法が考えられる。</p> <p>1 純粋理論型 最近では研究者でもこのタイプの論文は書かなくなった。もしくは書けなくなった。古典的な方法。前提となるいくつかの主要理論から演繹的に、論理展開、推論し、新たな理論を導く。あるグランドセオリーをじっくり自分のものとしたいときは、よい方法。</p> <p>2 実証研究型</p> <p>a データ解析型 複数企業の会計データから、会計上のある命題を検証する方法。たとえば会計処理方法の変更が、株価に影響を与えているか等々の論文。多くの研究者によりとられている方法で、修士段階ではオリジナリティーは出しにくい。</p> <p>b ケース検討型 ある会計ルールについてその内容を、日・米・国際会計基準を確認し、熟知した上で、そのルールの変更、国による差によって企業経営がいかなる影響を受けているかを、ケースを意識しながら論述する。会計ルールの面白さは、ルール設定時に意図した目的に反して、そのルール（会計処理）が用いられる点である。企業の真実の姿を映すために、会計は企画されるが、実際は粉飾の道具とされるのである。個々の会計ルールで粉飾可能性の指摘は会計ルールの設定にとって重要な教訓とも指針ともなる。ビジネスパーソンに向いている方法。</p> <p>3 業務上の課題（の明確化とその）解決型 職場の業務上の課題について、現状認識を行い、次に問題点を明確化し、その問題点を解決する方法を、ビジネススクールで学んださまざまな手法で提案する。ジェネラリストとしてビジネススクールで学んだ方には最適な方法。</p> <p>4（あるトピックスについて）文献資料調査型 修得したいテーマについて、学界のスタンダードをサーベイし、自分のものとする。具体的には最も最適な文献を担当教官と決定し、その文献を要約し、コメントを書く。教員と定期的にディスカッションして、随時、理解内容を文章にすることが重要である。</p>			
授 業 内 容			
<p>学生の目指す論文のタイプに応じて、個別指導をおこなう。</p> <p>定期的なディスカッションと報告をおこなう。報告に際しては他のメンバーも積極的な参加をもとめる。夏休み中も必要ならば、随時、教員とアポイントメントを取ったうえで、指導を行う。</p>			
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
教 科 書			
参 考 書			
<p>適宜、指導する。</p> <p>雑誌『会計』森山書店、『産業経理』産業経理協会は会計の邦文3重要誌なので、テーマの選定、学界の水準確認のために、最低直近、数年分は目を通していただきたい。</p>			
成 績 評 価 の 方 法			
<p>(1) 平常点（50%）</p> <p>(2) 提出物（修士論文作成のための作成資料）の評価（50%）</p>			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2 単位	木 村 哲
開講区分	前期	配当年次	2 年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>基本重要論文の輪読することを基本とする。また，論文作成に必要な数学的知識の学習，EVA の学習も行う。また，先端的論文を輪読する。修士論文のテーマの絞りこみを目的として，自らが興味を持てるテーマの探索を行いながら，調査研究の成果について報告・議論する。</p>			
授 業 内 容			
<p>前期は基本重要論文を輪読することを基本とする。文献等のサーベイが中心となる。各自の報告をもとに現状での問題点に関する理解を深める。さらに，それに基づいて問題解決のための方策を議論しながら，論文の内容・方法等について考察していくことになる。リサーチの対象については各人と相談しながら進めることとする。</p>			
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
教 科 書			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
出席（50%）と議論への参加・報告（50%）			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅰ		2単位	川田剛
開講区分	前期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>本講座では、税理士試験の税法科目免除の対象となる論文作成をも念頭におきつつ個別指導を行う。従って、固定したテーマを選択する形でなく、各回ごとに各人による自己の論文発表とそれに対する他のメンバーからの質疑応答を中心に演習を進めていく。</p> <p>なお、論文における更なる検討事項等については随時アドバイスをを行い、おおむね年内をメドに論文を完成させる。</p>			
授業内容			
1	第1回～第6回とりまとめに向けて、問題点の再点検と結論付け		
2	第7回～第13回まとめ	各回、持回り方式で論文作成テーマ及び進行状況について報告し、質疑応答を行う。	
履修上の注意・準備学習の内容			
各レポートは報告の内容を事前に準備のこと。			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
(1) 出席 (30%) (2) 発表 (30%) (3) 論文 (40%)			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅰ		2単位	落合 稔
開講区分	前期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>論文演習Ⅰでは、修士論文の作成指導を行なう。ただし、論文作成者である学生の自主的な発想と思考を尊重し、積極的な執筆構想、発言、提案を期待する。</p> <p>論文のテーマは何か、どのようなアプローチと構成を考えているかを各自アジェンダを作成する。教室で発表し、他の学生の意見を交えながら具体的内容や構成を発展させて行く。その過程で、問題意識や論点を明確化する。スケジュールに従い、毎回、進捗状況を示し仮説と検証、方向性や論点など順次報告をしてもらう。発表者は、ペーパーを用意し参加者に事前配付しておく。教室では、参加者からの積極的コメントを求める。論点を明確化しディスカッション、アドバイスを積み重ねつつ論文の質的水準を高めてゆく。個別相談の機会は積極的に設ける。</p>			
授業内容			
<p>(1) 授業運営に関する年度計画を発表する。(良い論文とは、論文の書き方・進め方、スケジュール、先輩の経験談など)</p> <p>(2) 各自、年間を通したロードマップを作成・提出する。</p> <p>(3) 各自、関連テーマの基礎文献(最低3冊以上)を精読し基礎的知識の理解を深める。</p> <p>(4) クラスでの個人発表の進捗に合わせて論文作成上の注意点、形式面、技術面、実質面を指示、解説する。</p> <p>(5) 前期での演習成果に夏期休暇中の執筆成果を加え、夏期休暇明けには一定のまった中間成果物を提出する</p> <p>(6) 演習の要点</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テーマの設定に関して問題意識との関連性を明確化する。 ・論文のパターン、アプローチなどの方針を選択。 ・論文構想において「仮説と検証」、「はじめに」と「まとめ」の関連性を意識する ・スケジュールに従い個人別進捗状況、執筆内容を報告する。参加学生も積極的にコメントする。 ・論文の質的水準を高めるために適宜アドバイス、参考文献等の紹介、個人別相談等の指導を行なう。 			
履修上の注意・準備学習の内容			
<ul style="list-style-type: none"> ・発表者はペーパーの事前準備・提出を行う。 ・論文のテーマは自由であるが、途中で挫折せず必ず書き上げるという強い意欲の学生を求める。 ・論文内容の相互啓発を高めるため協調性、積極性、他者の論文テーマに対しても好奇心、批判精神を期待する。 			
教科書			
クラスで推薦する			
参考書			
必要に応じて個人別に推薦する			
成績評価の方法			
<p>(1) アサインメントの達成度(40%)</p> <p>(2) クラスでの貢献度(40%)</p> <p>(3) 出席率(20%)</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2 単位	杉 野 周
開講区分	前期	配当年次	2 年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>最終的な成果物となる修士論文を作成する為に、テーマの絞り込みから論文の章立ておよびその論理展開の妥当性を参加メンバーと一緒にディスカッションしながら作り上げる。</p>			
授 業 内 容			
<p>ゼミ形式で演習を進行するため、当日の報告者は自分のテーマに関する報告資料を用意し、全員の前でプレゼンテーションを行う。他のメンバーは、報告者の発表内容を批判的に検討し、問題点等の指摘を行う。</p>			
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
<p>事前準備を怠ると、自分のテーマ自体が根底からひっくり返される可能性があるので手を抜かない事。</p>			
教 科 書			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
<p>(1) 貢献度 (40%) (2) レポート (60%)</p>			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅰ		2単位	野田 稔
開講区分	前期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>組織論を中心に、組織心理学、ヒューマンリソースマネジメント、人材開発論、消費者心理など、「人と経営にまつわる諸問題」に興味を持つ学生が集い、修士論文の完成を目指して相互に支援しあうゼミナールを開講する。各人は自らの興味のある分野での研究成果をあげるべく、個人的に努力を行うと共にゼミナールの他メンバーに対して積極的に協力することが強く求められる。論文演習の過程を通じて創造的組織運営の疑似体験が体験できることを二次的な目的とする。故にただ単に自らの論文作成に関してのみ注力するのではなく、チームメンバー全員が納得できる論文作成できることを組織目的としコラボレーションすることを参加条件とする。</p>			
授業内容			
<p>各人が自らの論文テーマを持ち寄り、互いに共有するところからゼミナールは開始される。研究計画書の審査がゼミナール開始の第一歩である。授業の進行は各人の研究の進度にあわせ柔軟に運営されるが、基本的には相互の進捗報告と相互コーチングを繰り返すことになる。テーマと進捗にあわせ、適宜外部のアドバイザー（実務家、学識経験者など）を招聘し、ディスカッションを行う。なお、この様な際、自らのテーマと関連性が薄い場合でも出席することを義務とする。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>ゼミナールの運営は学生の自主を基本とする。組織論のゼミナールである以上、組織運営の疑似体験を本ゼミナール運営で体得していただきたい。</p>			
教	科	書	
特になし。			
参	考	書	
ゼミ中に適宜指示する。			
成績評価の方法			
(1) ゼミナール出席点（70%）			
(2) ゼミナールへの積極的な貢献（教員による主観評価）（30%）			
その他			
ゼミナール運営に対する自主的参加が最も重要である。			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2単位	乾 孝 治
開講区分	前期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>各学生の主体性を重んじ、それぞれが修士論文作成のために重要と考える論文、参考文献等を発表し、それを材料に全員で議論する。</p> <p>修士論文の作成段階においては、定期的に各自の研究成果を発表する場とする。</p>			
授業内容			
<p>毎回担当者が論文等を発表し、それを材料に全員で議論する。</p> <p>テーマが絞り込まれてきたら、仮説に沿ったモデル化やデータ分析を行い、研究に必要なプログラミングや統計分析の方法等も併せて指導する。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
特になし。			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>(1) 出席 (50%)</p> <p>(2) 発表とレポート (50%)</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2 単位	王 京 穂
開講区分	前期	配当年次	2 年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>本演習は、修士論文の作成のための準備の指導を行う。演習を通じて、1) 論文の問題意識の形成、2) テーマの設定、3) 具体的な対象およびアプローチ方法の決定、4) 周辺研究のサーベイ等の円滑的な進展を図る。</p>			
授 業 内 容			
<p>－目指す論文内容に応じて、個別指導を行う。 －関連論文・書籍の講読とディスカッションを定期的に行う。 －論文・書籍は個別の事情に応じて指定する。</p>			
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
教 科 書			
特に指定しない			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
<p>(1) 出席 (20%) (2) 発表内容 (50%) (3) ディスカッション (30%)</p>			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2単位	青井倫一
開講区分	前期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
履修者の修士論文のテーマを確定するために、各人テーマ案を提示して報告。それらを全員で検討・議論する。企業戦略に関する修士論文テーマなら対応できると思われる。			
授業内容			
グループ討議の形態をとる。			
履修上の注意・準備学習の内容			
面接が必要である。			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
出席 50% 討議参加 50%			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2単位	山村 能 郎
開講区分	前期	配当年次	2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>主に不動産投資・ファイナンスなどに関する課題について議論する。論文作成のために自らが興味を持つテーマの探索を行いながら，調査研究の成果について報告・議論する。</p>			
授 業 内 容			
<p>前期は不動産投資・ファイナンス，不動産の経済分析など関連する分野における文献等のサーベイが中心となる。各自の報告をもとに現状での問題点に関する理解を深める。さらに，それに基づいて問題解決のための方策を議論しながら，論文の内容・方法等について考察していくことになる。リサーチの対象については各人と相談しながら進めることとする。</p>			
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
教 科 書			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
<p>(1) 出席 (50%) (2) 議論への参加・報告 (50%)</p>			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2 単位	アンダーセン, ヘンリー
開講区分	前期	配当年次	2 年
授業の概要・到達目標			
<p>本科目では、国際経営、グローバル・マーケティング、グローバル・リーダーシップ、グローバル思考法、創造性とイノベーション、グローバル生活者の価値観とライフスタイルなどに興味を持つ学生を集め、論文（またはビジネスプラン）の書き方を始め、各自が選んだ課題について研究と分析の進歩について共有してもらい、他受講生からの意見などを聴取する。前期は共同で授業を行うことが多い。なお、授業は基本的に英語で実施するが、ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが配布される。</p>			
授業内容			
<p>Those students wishing to research topics related to international business, global marketing, global leadership, thinking skills, creativity and innovation, global consumer values and lifestyles, etc., are welcome to join this seminar. We will study not only how to write a thesis or business plan, but will also report on our progress at each stage of the research, with students commenting on each others work.</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
Reference documents will be distributed at each class.			
参考書			
成績評価の方法			
Class attendance (30%), progress on research (40%), comments on others students' research (30%).			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2単位	富 狭 泰
開講区分	前期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>修士（専門職）学位取得のための論文作成指導を行います。</p> <p>論文演習 I（前期）では、取り組む課題の発見、具体化な論文テーマへの焦点の絞り込み、論文テーマの研究手法・参考文献のリストアップ、研究の行程表作成までを目標とします。</p> <p>参加者は前期の期間中に、自分の取り組む課題、参考資料、論文構成案、執筆行程表を作成し、逐次報告することが求められます。参加人数にもよりますが、クラスでの発表や教師とのディスカッションを通じて、課題の関連する範囲や議論の問題点を明確にし、論文の内容を深化させることが必要です。</p> <p>演習参加者は、前の1年間で身につけた知識の体系や論理的思考方法を自分の課題に応用する場として、この授業に参加してください。</p>			
授 業 内 容			
1	準備：論文執筆に関する注意事項		
2	演習参加者相互の意見交換	(1) 執筆者の関心領域に関する演習参加者相互の意見交換 (2) 論文課題の絞り込みと提示 (3) 論文内容の概要提示 (4) 関連論文や著作についての紹介、読んだ内容についての意見交換 (注) 演習参加者は、自分のテーマ内容に関するクラス・ディスカッションのリードを求められます。	
履修上の注意・準備学習の内容			
1. 参加者に求められること。 ・論文演習の主役は、あくまで執筆者本人であることを念頭に置いて参加してください。 ・論文演習は、参加する皆さんの課題意識の具体化、論点の絞りこみ、参考資料の紹介等々、執筆のためのサポートをする場です。 2. 演習の最初の数回は、論文執筆に関する注意点を提示します。 3. 論文の進展に応じて、個別指導の比重を高めます。			
教 科 書			
教科書はありません。最初は適宜資料を配布して授業を進めます。			
参 考 書			
とくに指定しません。演習時に適宜紹介する予定です。			
成 績 評 価 の 方 法			
(1) 出席（15%） (2) 演習時のディスカッションへの貢献（15%） (3) 論文執筆の計画進捗状況（70%）			
そ の 他			
・教科書 / 参考書…各自の論文テーマに関する資料・論文・著作は、演習時に指示します。			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2単位	村 木 信 爾
開講区分	前期	配当年次	2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>不動産に関するテーマを中心に，修士論文作成のための準備の指導を行う。テーマの選定，問題点，論点など，参加メンバーとともに議論しながら研究成果物を作成する。</p>			
授 業 内 容			
<p>前期は修士論文作成の準備として，受講者の要望をできるだけ取り入れ，文献，論文を読み，議論する。</p>			
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
教 科 書			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
<p>(1) 出席 (20%) (2) 討論への参加 (30%) (3) 発表内容，レポート等 (50%)</p>			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 I		2単位	下村英紀
開講区分	前期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>修士論文の作成の指導を行う。租税法に関する各人の問題意識を明確にし、テーマを選定して、研究を行い、論文を作成する。</p>			
授業内容			
<p>各人の問題意識を明確にして整理し、テーマを選定して、研究の方法を検討し、必要な文献・資料の収集を行う。各人は、選定したテーマについて、研究を進める。演習においては、各人の問題意識等について、報告・発表を行い、全員でディスカッションを行う。必要に応じ個別指導を行う。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>(1) 出席 (30%) (2) 発表・報告 (40%) (3) 議論への参加 (30%)</p>			
その他			

科 目 名		単 位	担当教員名
論文演習 I		2 単位	小 林 剛
開講区分	前期	配当年次	2 年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>本講座では、税理士試験の税法科目免除の対象となる論文作成も念頭に置きつつ個別指導を行う。 各回ごとに各人による自己論文の発表とそれに対する他のメンバーからの質疑応答を中心に演習を進めていく。論文における検討事項については、随時アドバイスをを行い、年内を目途に論文を完成させる。</p>			
授 業 内 容			
<p>第 1 回から第 6 回：取りまとめに向けて問題点の検討（問題意識の明確化、テーマの選定、資料の収集） 第 7 回から第 13 回：まとめ 各回、持ち回り方式で論文作成テーマ及び進行状況について報告し、質疑応答を行う。</p>			
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
各レポーターは報告内容を事前に準備すること。			
教 科 書			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
(1) 出席 (30%) (2) 発表 (30%) (3) 論文 (40%)			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	刈屋武昭
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>修士論文作成を指導する。指導教官として刈屋を選択する者を対象とする。私が指導可能な範囲は、事業リスク管理，エンタープライズリスクマネジメント，リアルオプション，無形資産企業価値創造，ブランド評価モデル，プロジェクトファイナンスなどである。</p>			
授業内容			
<p>それぞれ選択したテーマを指定し文献などについて個人発表を中心とする。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>面接が必要である。</p>			
教科書			
<p>上記の方針に従って各個人に指定される。</p>			
参考書			
<p>上記の方針に従って各個人に指定される。</p>			
成績評価の方法			
<p>出席（30%），ゼミでの発表内容（40%），宿題（30%）を合わせて評価する。</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	上原 征彦
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>本演習は、修士の資格を得るための論文作成の指導を行なう。この演習Ⅱでは、演習Ⅰでの成果に基づき、各人が流通・マーケティングに関して最終的な論文を完成させることを目的とする。各人の進捗状況に合わせて教師が的確なコメントをできるような仕組みをつくる。</p>			
授業内容			
<p>毎回、数人ずつ論文の進捗状況をクラスで報告してもらい、これについて、クラス全員でディスカッションを行ないつつ、教師がコメントをしていく。報告者は、クラス討議を効率的に進めるために、あらかじめ参加者の各々にペーパーを配っておくこととする。必要に応じて個人的に教師と相談する機会を積極的に設ける。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
この演習の参加者は、論文演習Ⅰを履修していなければならない。			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
アサイメントの達成度（50%）、ディスカッションへの参加（30%）、出席率（20%）を評価のおおよその目途とする。			
その他			
どんな文献を読むべきかは、積極的に教師と相談してほしい。			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	近藤隆雄
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
本演習は、履修者の修士論文の作成を援助し、最終的に論文を完成させることを目的とする。			
授業内容			
本演習では、早め早めに論文をだすことが求められ、最終稿までに3回の準備原稿の提出を求める。			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
(1) 出席率 (30%) (2) グループ討議への貢献度 (30%) (3) 各段階での学生の発展度 (40%)			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	山口 不二夫
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
前期に引き続いて、修士論文作成のための指導を行う。			
授業内容			
前半はプレゼンテーションによる論文内容の明確化と深化，後半は論文のチェックが主な内容となる。参加者の要望に応じて，インターネット上での情報の交換と指導も行う。 必要に応じて，冬休み中も，随時，方法を選択して指導を行う。			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
特になし			
参考書			
前期と同じ			
成績評価の方法			
(1) 論文作成のための準備物 (100%)			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 II		2単位	木村 哲
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>修士論文の課題を絞り込みつつ、各自の研究成果の報告会と議論を中心に行う。修士論文の完成に向けて必要な知識については、授業形式で解説する。論文を書く段階で多変量解析の知識が必要になることが多いので、その部分は授業形式で解説し、ツールの操作方法も解説する。</p>			
授業内容			
<p>修士論文の課題を絞り込みつつ、各自の研究成果の報告会と議論を中心に行う。修士論文の完成に向けて必要な理論知識については、授業形式で解説する。また、有用な論文があれば、紹介する。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
講義ペーパーと関連論文の配布が中心になる。			
参考書			
成績評価の方法			
出席 50%及びレポート 50%			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 II		2単位	川田 剛
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>前期に続き、本演習では、税理士試験の税法科目免除も視野におきつつ、MBA 資格取得に必要な修士論文の指導をおこなう。</p> <p>論文作成の進捗を確認しつつ最終論文完成を目指す。クラスでは進捗に合わせて途中発表を行い、参加者の意見を求めつつ教員がコメントをする。</p>			
授業内容			
<p>前期に設定したスケジュールに従い、論文作成状況内容を発表する。発表者の論点、今後の課題、必要な資料等、論文完成に必要な事項をディスカッションする。発表者は発表資料等の事前準備、配付を行い効率的にすすめる。教員との個別相談の機会は積極的に設ける予定。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
<p>演習は、租税法概論と国内租税法（又は国際租税法）の履修者であることが望ましい。</p>			
教科書			
<p>選択するテーマにより個別に推薦する。</p>			
参考書			
成績評価の方法			
<p>論文演習 I に同じ</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	落合 稔
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>論文演習Ⅱでは、MBA資格取得に必要な修士論文の指導を行なう。論文作成の進捗を確認しつつ最終論文の完成を目指す。クラスではスケジュールに従い、学生は論文作成状況・途中作品発表等をおこなうが、自ら進捗状況、残された課題、参考文献・データ等の追加情報、今後の方向性確認などを披歴する。他学生の建設的意見も歓迎するが、教員は論文完成に必要な積極的アドバイスを行う。</p> <p>発表者は、発表資料等の事前準備、配付を行い効率的に進める。個別相談の機会は積極的に設ける。</p>			
授業内容			
<p>スケジュールに従い作成した作品を基に個人別に論議を深め完成を目指して具体的指摘・提案・指導を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・輪番制で中間作品を提出、発表する。問題点、成果、今後の課題などを明確化する。 ・積極的に参考文献等を読みこみ鋭意執筆をすすめるなかで、研究方向性、論文構成、課題解決などのアドバイスを行う。 ・必要に応じて、目次、アプローチ、スケジュール等を再検討しつつ成果目標の再確認を行う。 ・論文の質的水準を高めるために一人ずつ必要に応じて相談の機会を設ける。 			
履修上の注意・準備学習の内容			
<ul style="list-style-type: none"> ・発表者はペーパーの事前準備・提出を行う。 ・論文のテーマは自由であるが、途中で挫折せず必ず書き上げるという強い意欲の学生を求める。 ・論文内容の相互啓発を高めるため協調性、積極性、他者のテーマに対する好奇心、批判精神を期待する <p>(ゼミ活動は仲間づくり、人間形成の場としても期待している)。</p>			
教科書			
クラスで推薦する			
参考書			
必要に応じて個人別に推薦する			
成績評価の方法			
<p>(1) アサインメントの達成度 (40%)</p> <p>(2) クラスでの貢献度 (40%)</p> <p>(3) 出席率 (20%)</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 II		2単位	杉野 周
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>最終的な成果物となる修士論文作成の最終段階として、内容をより精緻なものにする。但し、前期で全員が修士論文を書き上げた場合は、より実践的なトレーニングを行う。</p>			
授業内容			
<p>ゼミ形式のディスカッション又は、手法等のトレーニングを行う。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>(1) 貢献度 (40%) (2) レポート (60%)</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	野田 稔
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>組織論を中心に、組織心理学、ヒューマンリソースマネジメント、人材開発論、消費者心理など、「人と経営にまつわる諸問題」に興味を持つ学生が集い、修士論文の完成を目指して相互に支援しあうゼミナールを開講する。各人は自らの興味のある分野での研究成果をあげるべく、個人的に努力を行うと共にゼミナールの他メンバーに対して積極的に協力することが強く求められる。論文演習の過程を通じて創造的組織運営の疑似体験が体験できることを二次的な目的とする。故にただ単に自らの論文作成に関してのみ注力するのではなく、チームメンバー全員が納得できる論文作成できることを組織目的としコラボレーションすることを参加条件とする。</p>			
授業内容			
<p>各人が自らの論文テーマを持ち寄り、互いに共有するところからゼミナールは開始される。研究計画書の審査がゼミナール開始の第一歩である。授業の進行は各人の研究の進度にあわせ柔軟に運営されるが、基本的には相互の進捗報告と相互コーチングを繰り返すことになる。テーマと進捗にあわせ、適宜外部のアドバイザー（実務家、学識経験者など）を招聘し、ディスカッションを行う。なお、この様な際、自らのテーマと関連性が薄い場合でも出席することを義務とする。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>(1) ゼミナール出席点（70%） (2) ゼミナールへの積極的な貢献（教員による主観評価）（30%）</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	乾 孝 治
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>各学生の主体性を重んじ、それぞれが修士論文作成のために重要と考える論文、参考文献等を発表し、それを材料に全員で議論する。ただし、修士論文作成段階においては、個別指導が中心になる。</p>			
授業内容			
<p>毎回担当者が論文等を発表し、それを材料に全員で議論する。また、修士論文の進捗状況に応じて、定期的に各自の研究成果を発表する場とする。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
特になし。			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>(1) 出席 (50%) (2) 発表とレポート (50%)</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	王 京 穂
開講区分	後期	配当年次	2年
授 業 の 概 要 ・ 到 達 目 標			
<p>本演習は、修士論文の作成のための指導を行う。ファイナンス・金融工学をはじめ、リスク管理、リスクモデルの他分野への応用問題などを中心にテーマを選定する。テーマについては、関連研究をサーベイし、体系的な理解と整理をした上に決める。論文の形式は以下の4種類から選ぶ。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 純粋理論型 理論の構築を目的とする論文 2) 実証研究型 実際のデータやケースを利用して、理論・仮説を検証する論文 3) 業務上の課題解決型 職場等の業務上の課題の解決を目標とする論文 4) 文献資料調査型 			
授 業 内 容			
<ul style="list-style-type: none"> －目指す論文内容に応じて、個別指導を行う。 －関連論文・書籍の講読とディスカッションを定期的に行う。 －論文・書籍は個別の事情に応じて指定する。 			
履 修 上 の 注 意 ・ 準 備 学 習 の 内 容			
教 科 書			
特に指定しない			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
<ol style="list-style-type: none"> 1) 出席 (20%) 2) 発表内容 (50%) 3) ディスカッション (30%) 			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 II		2単位	青井倫一
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
各人の修士論文完成のためのプロセスである。			
授 業 内 容			
毎回、数名が論文の進行内容について報告，全員で議論する。			
履修上の注意・準備学習の内容			
論文演習 I の履修が必須			
教 科 書			
参 考 書			
成 績 評 価 の 方 法			
出席 50%レポート 50%			
そ の 他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	山村能郎
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>論文演習Ⅰに引き続き研究の方法について議論を重ねるとともに、研究作業を平行して行い、その成果についても定期的な報告を行う。最終的に研究成果をとりまとめる。</p>			
授業内容			
<p>論文演習Ⅰと同様に進めることになるが、主として研究遂行（作業）と成果のとりまとめが中心となる。最終的な成果については、論文力、分析力、成果の意義等が問われるので、その点について十分注意しながら成果をとりまとめる。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>(1) 出席（50%） (2) 研究成果（50%）</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習 II		2 単位	アンダーセン, ヘンリー
開講区分	後期	配当年次	2 年
授業の概要・到達目標			
<p>論文演習 I を終了した段階で先端文献の研究が基本的に終わり、研究テーマの仮説検証の段階に入る。調査などを行い、その結果を分析することによって、自分の結論まで到達する（ビジネスプランの場合は違う段階がある）。後期の論文演習 II では全員で集まり、発表し合う授業もあれば、個別に面談することもあるが、後者の割合が高まる。なお、授業は基本的に英語で実施するが、ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが配布される。</p>			
授業内容			
<p>Students continuing from the first semester should have finished reading related research papers and have developed their own hypothesis for testing (business plans will have different steps and phases). In this second semester, we will continue to meet as a group to share and constructively criticize results at the survey and analysis phase as well as at the conclusions phase. We will also meet individually more often to finalize the thesis or business plan.</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
Reference documents will be distributed at each class.			
参考書			
成績評価の方法			
Class attendance (30%), progress on research (40%), comments on others students' research (30%).			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	富 狭 泰
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>論文演習Ⅱでは、演習Ⅰの成果を踏まえて論文を完成させることを目的とします。参加人数にもよりますが、後期は基本的に個人演習を中心に授業を進める予定です。進め方については、演習参加者の意見を採ります。参加者は前期に作成した行程表に沿って夏休み中に論文の執筆に取りかかり、休み明け第1回目の演習時には執筆内容について報告を行い、今後の執筆計画を含めて、教師とディスカッションを行えるよう準備してください。それ以降は、課題の捉え方と研究方法、参考文献、文章表現等について教師と意見交換を行い、執筆内容の調整を行います。</p>			
授 業 内 容			
<ul style="list-style-type: none"> ・演習参加者は、個別に執筆進捗状況と執筆内容に関する報告を行うことが求められます。 ・上記の際、指導教師とディスカッションし、論点整理や参考文献等に関して指導を受けて下さい。 			
履修上の注意・準備学習の内容			
<ul style="list-style-type: none"> ・論文演習Ⅰから引き続いて通年で履修すること。 ・夏休み中に論文を執筆し、第1回演習時には指導教員とディスカッションが行える程度の草稿を作成すること。 			
教 科 書			
教科書はありません。			
参 考 書			
各自、自分の課題に沿った参考資料を選定して報告してください。それに対して、教師からアドバイスと参考文献を提案します。			
成 績 評 価 の 方 法			
<ul style="list-style-type: none"> ・論文執筆のスケジュール進行（20%） ・論文内容（80%） 			
そ の 他			
教科書・参考書…論文演習Ⅰに同じ。			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	村木信爾
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
不動産に関連するテーマを中心に、修士論文作成のための準備の指導を行う。			
授業内容			
各人の選択したテーマについての成果の取りまとめが中心となる。適宜報告を受け、アドバイスをを行う。			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
(1) 出席 (50%) (2) レポート等 (50%)			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	下村英紀
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>修士論文の作成の指導を行う。租税法に関し各人の選定したテーマについて、研究を行い、論文を完成する。</p>			
授業内容			
<p>演習において、各人が選定した論文のテーマについて、各人からその研究の進捗状況を報告・発表し、全員でディスカッションを行って、教員から必要な指導・助言をする。必要に応じ個別の相談・指導の機会を設ける。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>(1) 出席 (30%) (2) 発表・報告 (40%) (3) 議論への参加 (30%)</p>			
その他			

科目名		単位	担当教員名
論文演習Ⅱ		2単位	小林 剛
開講区分	後期	配当年次	2年
授業の概要・到達目標			
<p>税理士試験の税法科目免除対象となる修士論文の完成を目指す。論文作成の進捗に合わせて発表を行い、参加者の意見を求めつつ、指導を行う。</p>			
授業内容			
<p>スケジュールに従い、論文作成状況を発表する。発表者の論点、今後の課題必要な資料等、論文完成に必要な事項を議論する。発表者は発表資料の事前準備、配布を効率的に行う。</p>			
履修上の注意・準備学習の内容			
教科書			
参考書			
成績評価の方法			
<p>(1) 出席 (30%) (2) 発表 (30%) (3) 論文 (40%)</p>			
その他			