

14 經營学科専門科目

経営哲学 A		小笠原 英 司
2 単位	半期(前期)	3・4 年次 [2006年度以降入学者] 1・2 年次 [2005年度以前入学者]
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 当科目は、いわば「もうひとつの経営学(概論)」である。つまり諸君が本学部で学ぶ経営学の専門科目は、そのほとんどが「科学的」アプローチからする「社会科学としての経営学」であるのに対し、「経営哲学」は経営に対する「哲学的」アプローチをとる「社会哲学としての経営学」である。それは「経営とは何であり、いかにあるべきか」という経営の本質にかかわる諸問題に対して、可能な限り根本的なところから問い直す作業であり、経営の常識と通説に対する懐疑を原動力とする創造的批判の学である。 <到達目標> 本講の教育目標は「考えること」である。経営についての「常識」や「通説」を受容する態度から、観察と感覚による「疑問」に基づき、自分の思考によって「すでに説明されていること」を捉え直す姿勢に転回すること。少なくとも、そのようなきっかけの場としたい。		
2. 授業内容 本講は経営哲学概論として計画されている。ただし概論とはいえ、経営哲学という学問体系が未確立なため、それは小笠原独自の構想によるものである。また、概論としての性格上、経営哲学の広範にわたる内容を本格的に展開する余裕はない。したがって本講では、経営哲学の全体像を示しつつ、各論の基本問題を明確にすることに力が置かれる。 授業の進行は、およそ以下の通りとなる。 第1講～第3講 経営学と経営哲学、経営哲学の体系、経営性の原理 第4講～第5講 企業哲学：出資の性格、企業と支配、資本主義と利潤 第6講～第7講 組織哲学：組織の本質、有機体論的システム観、組織と個人 本講は先行の研究を体系的に整理しつつも暗中模索の作業であるから、制度化された(確立された)学問を期待する向きには失望を与えるかも知れない。また安直に正解を与えてもらおうという姿勢の向きには、本講は物足りないだろう。 本講では「考えて」もらおう。通説を「疑って」もらおう。常識に「挑戦して」もらおう。そして、何が大事かを「発見して」もらおう。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 経営哲学 B の履修が望ましい。 <準備学習> 本講の性格上、予習よりも「復習」に力が置かれる。授業で取り上げられた問題や論点を、ノートおよび配布プリント、教科書等によって整理し、再度自分で考察することが望ましい。		
4. 教科書 小笠原英司著『経営哲学研究序説』文眞堂 なお、授業内容についての講義プリントが配布される。ただし、すでに配布済みのプリントは再配布しない。		
5. 参考書 授業のなかで必要に応じて必読文献を提示する。		
6. 成績評価の方法 成績評価は原則として定期試験の結果による(100%)。出欠調査を行った場合は、成績に若干反映させることもあるが、初回に決定する。 試験問題は「授業内容の理解度」を測ることに主眼が置かれる。		
7. その他 初回の授業において本講の授業のルールを決める。出欠調査を行なうかどうかは未定。受講予定者は初回に注意。 <受講上のマナー> 1. 遅刻は開始30分まで。 2. 飲食禁止。 3. ケータイ、音響機器等の使用禁止。 4. 私語厳禁。 * 以上の中学生的マナーを遵守できない幼児は履修に及ばず。		

経営哲学 B		小笠原 英 司
2 単位	半期(後期)	3・4 年次 [2006年度以降入学者] 1・2 年次 [2005年度以前入学者]
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 当科目は、いわば「もうひとつの経営学(概論)」である。つまり諸君が本学部で学ぶ経営学の専門科目は、そのほとんどが「科学的」アプローチからする「社会科学としての経営学」であるのに対し、「経営哲学」は経営に対する「哲学的」アプローチをとる「社会哲学としての経営学」である。それは「経営とは何であり、いかにあるべきか」という経営の本質にかかわる諸問題に対して、可能な限り根本的なところから問い直す作業であり、経営の常識と通説に対する懐疑を原動力とする創造的批判の学である。 <到達目標> 本講の教育目標は「考えること」である。経営についての「常識」や「通説」を受容する態度から、観察と感覚による「疑問」に基づき、自分の思考によって「すでに説明されていること」を捉え直す姿勢に転回すること。少なくとも、そのようなきっかけの場としたい。		
2. 授業内容 本講は経営哲学概論として計画されている。ただし概論とはいえ、経営哲学という学問体系が未確立なため、それは小笠原独自の構想によるものである。また、概論としての性格上、経営哲学の広範にわたる内容を本格的に展開する余裕はない。したがって本講では、経営哲学の全体像を示しつつ、各論の基本問題を明確にすることに力が置かれる。 授業の進行は、およそ以下の通りとなる。 第1講～第2講 管理哲学：管理の本質、管理と創造性、リーダーシップの本質、組織化原理の諸相、人事管理の基本原理 第3講～第5講 事業哲学：経営史と事業の位置、事業経営と経営理念、事業経営の倫理、経営体のアイデンティティ、事業戦略の方位、生産の諸原理、マーケティングと顧客、人間的仕事の本質 本講は先行の研究を体系的に整理しつつも暗中模索の作業であるから、制度化された(確立された)学問を期待する向きには失望を与えるかも知れない。また安直に正解を与えてもらおうという姿勢の向きには、本講は物足りないだろう。 本講では「考えて」もらおう。通説を「疑って」もらおう。常識に「挑戦して」もらおう。そして、何が大事かを「発見して」もらおう。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 経営哲学 A の履修が望ましい。 <準備学習> 本講の性格上、予習よりも「復習」に力が置かれる。授業で取り上げられた問題や論点を、ノートおよび配布プリント、教科書等によって整理し、再度自分で考察することが望ましい。		
4. 教科書 小笠原英司著『経営哲学研究序説』文眞堂 なお、授業内容についての講義プリントが配布される。ただし、すでに配布済みのプリントは再配布しない。		
5. 参考書 授業の進行に応じて、必読文献を提示する。		
6. 成績評価の方法 成績評価は原則として定期試験の結果による(100%)。出欠調査を行った場合は、成績に若干反映させることもあるが、初回に決定する。 試験問題は「授業内容の理解度」を測ることに主眼が置かれる。		
7. その他 初回の授業において本講の授業のルールを決める。出欠調査を行なうかどうかは未定。受講予定者は初回に注意。 <受講上のマナー> 1. 遅刻は開始30分まで。 2. 飲食禁止。 3. ケータイ、音響機器等の使用禁止。 4. 私語厳禁。 * 以上の中学生的マナーを遵守できない幼児は履修に及ばず。		

経営戦略論 A		歌代豊
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 経営戦略論 A は、「戦略論の系譜と戦略策定の基礎理論」をサブテーマに経営戦略の基本概念や主要な理論を把握する。 <到達目標> 経営戦略の定義、企業戦略策定、ポジショニングアプローチに基づく事業戦略策定、事業システム、水平戦略等に係わる基本概念・理論を理解することを目的とする。		
2. 授業内容 #1～2. 経営戦略とは イントロダクション 戦略の定義/戦略の階層と構成要素/ 戦略策定のプロセス、等 #3～5. 企業戦略の策定 ミッション/ドメイン 成長と多角化の戦略/PPM、等 #6～10. 事業戦略の策定 事業戦略の基礎理論：規模の経済/経験曲線、 PLC/セグメンテーション/ターゲティング/ ポジショニング、等 基本戦略：コストリーダーシップ/差別化/集中 外部環境分析：SCP モデル、業界構造分析（5つの力）、等 内部資源分析：価値連鎖分析、VRIO 分析、等 #11～12. 企業戦略と事業戦略の境界領域 事業システム、等 水平戦略、等 補完製品戦略、アーキテクチャ戦略、等 #13. まとめ		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 経営戦略論 B とあわせて履修することが望ましい。		
4. 教科書 吉村孝司編著『経営戦略』学文社、2006年。		
5. 参考書 ・グロービス・マネジメント・インスティテュート編『MBA 経営戦略』ダイヤモンド社、1999年。 ・マイケル・ポーター『競争優位の戦略』ダイヤモンド社、1985年。 ・ヘンリー・ミンツバーグ『戦略サファリ』東洋経済新報社、1999年。 ・ジェイ・バーニー『企業戦略論(上・中・下)』ダイヤモンド社、2003年。		
6. 成績評価の方法 定期試験（60%）、レポート（30%）、小テスト・ミニ演習・授業貢献等（10%）により総合的に評価する。		
7. その他		

経営戦略論 B		歌代豊
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 経営戦略論 B は、「戦略の策定とマネジメントの実践」をサブテーマに経営戦略の実践・応用面に焦点をあてる。まず、戦略と組織・プロセスとの関係を議論する。加えて、戦略を適切に創造・管理するためのシステムとして着目されているバランススコアカードの概要と可能性を検討する。 <到達目標> 経営戦略論 A で学んだフレームワーク/手法を事例・演習等をとおして理解を深め、環境分析と戦略思考の能力育成を図る。		
2. 授業内容 #1. イントロダクション 戦略の策定とマネジメントの概要 #2～3. 戦略と組織の関係、および新たな戦略論 戦略と組織 プロセス型戦略論：創発戦略、等 リソースベースビュー：見えざる資産/VRIO 分析/ コアコンピタンス、等 #4～7. 戦略策定プロセスの実践的側面 ロジカルシンキング 外部環境分析 内部資源分析 SWOT 分析 #8～12. 戦略マネジメントとバランススコアカード 戦略のセオリーと体系化 マネジメントシステムの課題とバランススコアカード(BSC) 戦略マップ 戦略の組織展開とカスケード BSC の運用(モニタリングと戦略学習ループ)と発展段階、等 #13. まとめ		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 経営戦略論 A を履修していることが望ましい。		
4. 教科書 吉村孝司編著『経営戦略』学文社、2006年。		
5. 参考書 ・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―効果が上がる BSC プロジェクトの進め方』中央経済社、2004年。 ・M・トレーシー&F・ウィアセーマ、『ナンバーワン企業の法則』、日経ビジネス人文庫、2003年。 ・ゲイリー・ハメル&C・K・ブラハラード、『コアコンピタンス経営』、日経ビジネス文庫、2001年。 ・ジェイ・バーニー『企業戦略論(上・中・下)』ダイヤモンド社、2003年。 ・フィリップ・コトラー、『コトラーのマーケティング・マネジメント ミレニアム版』、ピアソン・エデュケーション、2001年。 ・バーバラ・ミント『考える技術・書く技術―問題解決力を伸ばすピラミッド原則』、ダイヤモンド社、1999年。		
6. 成績評価の方法 定期試験（60%）、レポート（30%）、小テスト・ミニ演習・授業貢献等（10%）を総合的に評価する。		
7. その他		

Innovation Strategy in Japan A 〔ISJ(日本の技術革新戦略)A〕 〔2006年度以降入学者対象〕		SHIBATA Takashi
Credits: 2	First(Spring) Semester	Grade: 3・4
<p>1. Course Outline & Objectives 〈Outline〉 Japanese corporations maintain high Technology standard, yet it does not lead to good business result in most of the fields, except limited field such as auto industry. What makes to lead such results? This course try to find out the cause and counter-plan to restore Japanese industry competitiveness. Toward that purpose, we would like to study MOT for it basic notion and Related issue with management and marketing strategies. 〈Objectives〉 Study basic IS-MOT theory</p>		
<p>2. Course Content</p> <p>I Basic concept</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. What is innovation?—Technical Innovation and Business Innovation 2. MOT-From the innovation to new business creation 3. Management Strategy, MOT, Market Strategy, Global Management 4. R & D, Production, and Marketing Activity 5. National Innovation System, Porter's "Strategic Advantage of The Nation" <p>II Definition of innovation</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Shumpeter Innovation theory Kondoratiev cycle Kind of definition 7. Abernathy·Utterback innovation theory-Dominant design 8. Christensen innovation theory 9. Linear & Concurrent development 10. S-curve, PPM PLC <p>III Industrial case study 1-Automobile industry</p> <ol style="list-style-type: none"> 11. History of Automobile industry-Ford model, GM model, Japanese market 12. Toyota production system 13. Globalization of Toyota production system 14. Organizational innovation and quality control 15. Guide to ISJC-2 Business model, Platform, Architecture, Road map 		
<p>3. Further Information 〈Registration Requirements〉 Entry time limit 15 minutes after opening lecture</p>		
<p>4. Textbook(s) Hand out data is delivered from the following web site. http://www.geocities.jp/tku_mbags/</p>		
<p>5. Reference Book(s) Robert A. Burgelman and others "Strategic Management of Technology and Innovation (4th Edition)"</p>		
<p>6. Assessment English report 50% Participation + attendance 50%</p>		
<p>7. Others All the lessons are in English. 本授業は国際教育プログラム「基幹科目(経済)Ⅰ」としても開講しています。詳細は、「国際教育プログラム」シラバスを参照してください。</p>		

Innovation Strategy in Japan B 〔ISJ(日本の技術革新戦略)B〕 〔2006年度以降入学者対象〕		SHIBATA Takashi
Credits: 2	Second(Fall) Semester	Grade: 3・4
<p>1. Course Outline & Objectives 〈Outline〉 Japanese corporations maintain high Technology standard, yet it does not lead to good business result in most of the fields, except limited field such as auto industry. What makes to lead such results? This course tries to find out the cause and counter-plan to restore Japanese industry competitiveness. Toward that purpose, we would like to study MOT for it basic theory and related issue with management and marketing strategies to avoid Galapagos Particularly, ISJB at first review basic MOT theory, proceed to different case study of Actual industries. Finally wrap up corporate strategy in technology. 〈Objectives〉 To think MOT theory applying in actual business</p>		
<p>2. Course Content</p> <p>I Review & Basic concept & issue</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Condorachif cycle (juguler, kichen) & Shumpeter innovation 2. Re-visiting MOT basic theory Road Map Innovation strategy linear & con-current Product development <p>II Industrial Case Study 2-Electronic Industry</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. History of semiconductor industry-Transistor, IC, LSI 4. Silicon Cycle and business model-Toshiba, Hitachi, Samsung 5. Application of semiconductor-electronic calculator, LCD-Sharp, Casio 6. Organizational Innovation-Sharp "Kinkyu Project" 7. Home Video-Defacto-standardazaion of VHS system, JVC 8. Innovation of digital audio (1)—Compact disc—Sony 9. Innovation of digital audio (2)—Compact disc—Sony 10. Video Game (1)—Atari and Nintendo 11. Video Game (2)—Sony Computer Entertainment <p>III Case study industry by industry</p> <ol style="list-style-type: none"> 12. Precision mechanical industry-Quartz watch, Seiko 13. Precision optical industry-Laser printer, Canon 14. Railway Industry-Shinkansen and world high speed trains 15. Complex system-Car navigation system 16. Summary and Future forecast 		
<p>3. Further Information 〈Registration Requirements〉 Entry time limit 15 minutes after opening lecture</p>		
<p>4. Textbook(s) Hand out data is delivered from the following web site. http://www.geocities.jp/tku_mbags/</p>		
<p>5. Reference Book(s) Robert A. Burgelman and others "Strategic Management of Technology and Innovation (4th Edition)"</p>		
<p>6. Assessment English report 50% Participation + attendance 50%</p>		
<p>7. Others All the lessons are in English. 本授業は国際教育プログラム「基幹科目(経済)Ⅱ」としても開講しています。詳細は、「国際教育プログラム」シラバスを参照してください。</p>		

マーケティング経営論A		高柳美香
2単位	半期(前期)	3・4年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 今日のビジネス活動を考える上で、マーケティングは欠くことの出来ないものとなっている。さらに、営利企業だけではなく、大学や病院や自治体など非営利組織においても、マーケティングの考え方やフレームワークは注目されている。マーケティングとは何か。マーケティングの要素にはどのようなものがあるのか。そしてマーケティングはどのように展開されるのか。 <到達目標> 本講義では、その理論を習得し、企業が行うマーケティング競争について理論モデルに基づく理解を与えることを目的とする。		
2. 授業内容 第1回 ガイダンス 第2回 マーケティングの基礎概念 第3回 マーケティングの発展―1 第4回 マーケティングの発展―2 第5回 マーケティング環境分析―1 第6回 マーケティング環境分析―2 第7回 市場戦略と競争対応 第8回 消費者行動の理解―1 第9回 消費者行動の理解―2 第10回 マーケティングリサーチ―1 第11回 マーケティングリサーチ―2 第12回 市場の細分化とターゲティング 第13回 ポジショニング 第14回 ケーススタディ 第15回 定期試験 * 講義内容は必要に応じて変更することがあります。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> マーケティングは常に変化し続けている。これらの変化は皆さんが日常生活で触れているもの、テレビ・新聞・雑誌、インターネット、そして街や店や人々、といったような様々な「メディア」を通して知ること、得ることができるといえよう。 ちょっと視点を変えて、これらのメディアに接することによって、新しい世界が見えてくるよう、皆さんと一緒にマーケティングについて学んでいきたいと思っている。 <準備学習> それゆえ、特に準備学習の必要はないが、常日頃から世の中の変化に興味をもって欲しい。また授業の進行を妨げるような行為(授業中のおしゃべりなど)をした場合は、単位の取得は難しいと理解しておいて欲しい。		
4. 教科書 特に指定しない		
5. 参考書 授業時に提示する		
6. 成績評価の方法 授業内中間試験あるいはレポート2回(各15%)、期末試験70%		
7. その他		

マーケティング経営論B		高柳美香
2単位	半期(後期)	3・4年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 今日のビジネス活動を考える上で、マーケティングは欠くことの出来ないものとなっている。さらに、営利企業だけではなく、大学や病院や自治体など非営利組織においても、マーケティングの考え方やフレームワークは注目されている。マーケティングとは何か。マーケティングの要素にはどのようなものがあるのか。そしてマーケティングはどのように展開されるのか。 <到達目標> 本講義では、前期開講のマーケティング経営論Aで取得した基礎的知識に基づき、事例を交えつつ、マーケティングの現象についてより実際の・具体的に考察・詳述していく。		
2. 授業内容 第1回 製品戦略―1 第2回 製品戦略―2 第3回 価格戦略―1 第4回 価格戦略―2 第5回 流通チャネル戦略―1 第6回 流通チャネル戦略―2 第7回 コミュニケーション戦略―1 第8回 コミュニケーション戦略―2 第9回 ブランド・マネージメント―1 第10回 ブランド・マネージメント―2 第11回 サービス・マーケティング―1 第12回 サービス・マーケティング―2 第13回 マーケティングの社会的役割―1 第14回 マーケティングの社会的役割―2 第15回 定期試験 * 講義内容は必要に応じて変更することがあります。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> マーケティングは常に変化し続けている。これらの変化は皆さんが日常生活で触れているもの、テレビ・新聞・雑誌、インターネット、そして街や店や人々、といったような様々な「メディア」を通して知ること、得ることができるといえよう。 ちょっと視点を変えて、これらのメディアに接することによって、新しい世界が見えてくるよう、皆さんと一緒にマーケティングについて学んでいきたいと思っている。 <準備学習> それゆえ、特に準備学習の必要はないが、常日頃から世の中の変化に興味をもって欲しい。また授業の進行を妨げるような行為(授業中のおしゃべりなど)をした場合は、単位の取得は難しいと理解しておいて欲しい。		
4. 教科書 特に指定しない		
5. 参考書 授業時に提示する		
6. 成績評価の方法 授業内中間試験あるいはレポート2回(各15%)、期末試験70%		
7. その他		

グローバル・マーケティング論A マーケティング論(2007年度以前入学者用)		大石 芳 裕
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> グローバル・マーケティングに関する理論的・実証的課題を整理して提示する。グローバル・マーケティングに関する主要トピックを体系的に講義する。加えて、特別招聘教授ならびに海外招聘教授による特別講義を行う。人数的に可能ならば、ケーススタディも実施する。 <到達目標> グローバル人材の育成を、グローバル・マーケティングの研究を通して実践する。さまざまな文化・慣習・制度を有した海外市場で活躍できる人材となるための、基本的知識を身につける。		
2. 授業内容 第1回 ガイダンス 第2回 グローバル・マーケティングの異文化環境 第3回 グローバル・マーケティングの標準化と適合理化 第4回 ゲマワット, P. の理論 第5回 特別講義(1) 第6回 特別講義(2) 第7回 中間試験 第8回 BOP ビジネスの提起する問題(1) 第9回 BOP ビジネスの提起する問題(2) 第10回 特別講義(3) 第11回 特別講義(4) 第12回 グローバル・ブランド管理 第13回 ケーススタディ 第14回 個人研究発表 第15回 前期総括		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> ・10分遅刻したら入室できない(遅延証明書がある場合を除く)。 <準備学習> ・日経新聞や日経ビジネスなどの新聞・雑誌を日頃から読むこと。		
4. 教科書 Oh-o! Meiji を用いて事前に配布する。		
5. 参考書 大石芳裕編著『グローバル・ブランド管理』白桃書房, 2004年。 大石芳裕編著『日本企業のグローバル・マーケティング』白桃書房, 2009年。 大石芳裕編著『日本企業の国際化』文眞堂, 2009年。 グマワット, P. 『コークの味は国ごとに違うべきか』文藝春秋, 2009年。 プラハラード, C.K. 『ネクスト・マーケット』英治出版, 2005年。【教科書】 丸谷雄一郎『グローバル・マーケティング(第3版)』創成社, 2010年。 小田部正明/C.ヘルセン『国際マーケティング』碩学社, 2010年。		
6. 成績評価の方法 出席30点, 中間試験20点, レポートまたは最終試験50点。		
7. その他 学会誌や紀要論文にも目を通すこと。		

グローバル・マーケティング論B 国際マーケティング論(2007年度以前入学者用)		大石 芳 裕
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 日本企業のグローバル・マーケティング事例をケースとして、グループ討議中心に研究する。「講義型」ではなく「参加型」なので、事前の予習と時間厳守が条件となる。加えて、特別招聘教授ならびに海外招聘教授による特別講義を行う。 <到達目標> グローバル・マーケティングに関する知識を身につけるだけでなく、「問題解決能力」を高めることを目標とする。学生同士議論することによって、多様な考え方を知り、視野の広い人材となる訓練を行う。		
2. 授業内容 第1回 ガイダンス&分析視角に関する講義 第2回 ハウス食品 第3回 キリンビバレッジ 第4回 アサヒビール 第5回 特別講義(1) 第6回 特別講義(2) 第7回 中間試験 第8回 日立建機 第9回 エーザイ 第10回 特別講義(3) 第11回 特別講義(4) 第12回 電気化学 第13回 三井住友海上 第14回 個人研究発表 第15回 後期総括		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> ・10分遅刻したら入室できない(遅延証明書がある場合を除く)。 <準備学習> ・日経新聞や日経ビジネスなどの新聞・雑誌を日頃から読むこと。		
4. 教科書 大石芳裕編著『日本企業の国際化〜グローバル・マーケティングへの道〜』文眞堂, 2009年。		
5. 参考書 大石芳裕編著『グローバル・ブランド管理』白桃書房, 2004年。 大石芳裕編著『日本企業のグローバル・マーケティング』白桃書房, 2009年。 大石芳裕編著『日本企業の国際化』文眞堂, 2009年。 グマワット, P. 『コークの味は国ごとに違うべきか』文藝春秋, 2009年。 プラハラード, C.K. 『ネクスト・マーケット』英治出版, 2005年。【教科書】 丸谷雄一郎『グローバル・マーケティング(第3版)』創成社, 2010年。 小田部正明/C.ヘルセン『国際マーケティング』碩学社, 2010年。		
6. 成績評価の方法 出席30点, 中間試験20点, レポートまたは最終試験50点。		
7. その他 学会誌や紀要論文にも目を通すこと。		

Strategic Marketing A 〔2006年度以降入学者対象〕		SATO Yoshinobu
Credits: 2	First (Spring) Semester	Grade: 3・4
<p>1. Course Outline & Objectives 〈Outline〉 Strategic Marketing provide us the “Marketing oriented business” is most important element to survive globally under cut throat competition This course tries to find issues and solution as management and marketing strategies through observing the electronics industry. All lectures will be based on actual business. 〈Objectives〉 The contents of this class will help the students to work globally in future. This class refers to strategic marketing itself.</p>		
<p>2. Course Content Basic Concept of “Marketing oriented business” No. 01 Marketing oriented Business, Why necessary? I What is marketing ? No. 02 Marketing strategy and management strategy No. 03 Management of Technology (innovation strategy and marketing strategy) No. 04 International management and marketing strategy II Management, Marketing theory and concept No. 05 Porter, five force and generic theory No. 06 Kotler, 4Ps No. 07 Kim, blue ocean No. 08 Christensen architecture theory III Case study No. 09 4Ps in electronics industry No. 10 Product history of Panasonic No. 11 Channel of Panasonic global strategy No. 12 Emerging markets No. 13 US market No. 14 Samusug IV Closing remarks No. 15 Summary of final exam</p>		
<p>3. Further Information 〈Registration Requirements〉 Entry time limit 15 minutes after opening lecture</p>		
<p>4. Textbook (s) Hand out data is delivered for reference</p>		
<p>5. Reference Book (s) PHP 「The Heart of Management by Konosuke Matsushita」ダイヤモンド社英和对訳「ドラッカー名言集」</p>		
<p>6. Assessment English report 50% Participation + attendance 50%</p>		
<p>7. Others This course is provided in English</p>		

Strategic Marketing B 〔2006年度以降入学者対象〕		SATO Yoshinobu
Credits: 2	Second (Fall) Semester	Grade: 3・4
<p>1. Course Outline & Objectives 〈Outline〉 Strategic Marketing provide us to understand some crucial aspects of Strategic Marketing in global arena. “Marketing oriented business is most important element to survive globally understand under cut throat competition. This course tries to find issues and solution as management and marketing strategies through observing the electronic industry. All lectures will be based on actual business. 〈Objectives〉 The contents of this class will help the students to work globally in future. This class refers to relation bet ween marketing and others.</p>		
<p>2. Course Content Basic Concept No. 01 Marketing is not only for Sales Why? I What is management based on marketing? No. 02 From R&D to Customer, manufacture business No. 03 MOT standardization VHS, DVD No. 04 Organization and Function No. 05 Business Plan, Management cycle No. 06 Exposure for Stakeholder as marketing II Case study of Japan electric manufactureres No. 07 Domestic marketing No. 08 Export marketing No. 09 Multi domestic marketing III Case study of Panasonic Global marketing No. 10 Destruction and Creation No. 11 One Brand management No. 12 Strategy of M&A No. 13 B to C, and B to B aiming to make difference from Samsung No. 14 Emerging markets #2 IV Closing remarks No. 15 Summary and final exam.</p>		
<p>3. Further Information 〈Registration Requirements〉 Entry time limit 15 minutes after opening lecture</p>		
<p>4. Textbook (s) Hand out data is delivered for reference</p>		
<p>5. Reference Book (s) PHP 「The Heart of Management by Konosuke Matsushita」ダイヤモンド社英和对訳「ドラッカー名言集」</p>		
<p>6. Assessment English report 50% Participation + attendance 50%</p>		
<p>7. Others This course is provided in English.</p>		

労使関係論 A		遠藤 公嗣
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 労使関係とは、雇用労働者と使用者との関係のことであり、主に、雇用労働者の側からこの関係を考察するのが労使関係論です。労使関係論 A では、雇用労働（雇われて働くこと）は現代日本社会の中でどのような意味をもっているのかについて、正規雇用と非正規雇用に 2 大区分を中心に、欧米社会の状況と対比しつつ、講義します。 <到達目標> 正規雇用と非正規雇用のそれぞれについて、両者それぞれの雇用上の特徴と、両者の区分の社会的意味を理解できます。		
2. 授業内容 第 1 回 はじめに—雇用労働とは何か— 第 2 回 データでみる現代日本の雇用労働 第 3 回 労働市場の二重構造—正規雇用と非正規雇用— 第 4 回 なぜ二重化したのか—仕事能力— 第 5 回 なぜ二重化したのか—労使関係— 第 6 回 男性稼ぎ主型家族と高学歴化 第 7 回 労働者の募集と選考 第 8 回 正規労働者の配置転換・昇進・人事査定 第 9 回 正規労働者の賃金 第 10 回 正規労働者の過重労働と「周辺の正社員」 第 11 回 欧米社会の雇用管理と職務給 第 12 回 非正規労働者の雇用管理と賃金 第 13 回 離職と失業 第 14 回 まとめ 第 15 回 試験		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 毎回の授業にきちんと出席し、講義をノートすること。 <準備学習> 毎回の授業時に配布するプリント上に、練習問題とキーワードが記載されている。これらの回答・説明の文章を、講義当日中に復習として、作成すること。		
4. 教科書 なし		
5. 参考書 遠藤公嗣ほか著『労働、社会保障政策の転換を—反貧困への提言—』岩波ブックレット、2009年 遠藤公嗣著『賃金の決め方—賃金形態と労働研究—』ミネルヴァ書房、2005年 遠藤公嗣著『日本の人事査定』ミネルヴァ書房、1999年		
6. 成績評価の方法 期末筆記試験65% 課題レポート（1回）25% 出席10% で評価します。 期末筆記試験は、持ち込み一切不可です。		
7. その他 担当教員への連絡は、電子メールアドレス endokosh@kisc.meiji.ac.jp または研究室電話03-3296-2064へ。		

労使関係論 B		遠藤 公嗣
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 労使関係とは、雇用労働者と使用者との関係のことであり、主に、雇用労働者の側からこの関係を考察するのが労使関係論です。労使関係論 B では、労働問題（雇用労働に起因する社会問題）の解決に重要な役割を果たすはずの労働組合と労働法・諸政策について、とくに、従来のこれらは問題解決に十分に機能しなくなっていて、近年は、これらが重大な転機を迎えつつあることについて、講義します。 <到達目標> 労働組合と労働法・諸政策の意義と現状について、理解できます。		
2. 授業内容 第 1 回 はじめに—公正な雇用労働をめざして— 第 2 回 課題としての労働問題 第 3 回 労働組合と労働法—自助の社会化— 第 4 回 労働組合と労働法—類型と発展史— 第 5 回 雇用労働の研究 —労使関係・労働経済学・人的資源管理・労働法— 第 6 回 日本の企業内労働組合 第 7 回 企業内労働組合と個別組合員の関係 第 8 回 個人加盟ユニオンと労働 NPO 第 9 回 個別労働紛争 第 10 回 「同一価値労働同一賃金」原則 第 11 回 雇用労働の政策 第 12 回 社会保障の政策 第 13 回 マクロ経済の政策 第 14 回 まとめ 第 15 回 試験		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 毎回の授業にきちんと出席し、講義をノートすること。 <準備学習> 毎回の授業時に配布するプリント上に、練習問題とキーワードが記載されている。これらの回答・説明の文章を、講義当日中に復習として、作成すること。		
4. 教科書 なし		
5. 参考書 遠藤公嗣ほか著『労働、社会保障政策の転換を—反貧困への提言—』岩波ブックレット、2009年 遠藤公嗣著『賃金の決め方—賃金形態と労働研究—』ミネルヴァ書房、2005年 遠藤公嗣著『日本の人事査定』ミネルヴァ書房、1999年		
6. 成績評価の方法 期末筆記試験65% 課題レポート（1回）25% 出席10% で評価します。 期末筆記試験は、持ち込み一切不可です。		
7. その他 担当教員への連絡は、電子メールアドレス endokosh@kisc.meiji.ac.jp または研究室電話 03-3296-2064へ。		

企業内教育論		平 沼 高
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 企業内教育とは、労働市場の在り方を前提に個別企業が労務管理の一貫として労働者に実施する企業の管理活動である。通常、企業内教育は人事部門によって立案され、実施され、チェックされる。企業内教育論は、アメリカ企業内教育訓練管理の歴史的展開を解説する。具体的には、労務管理の理論と現実を踏まえて、①製造企業の基幹的労働者である多能熟練工の養成、②製造現場の管理・監督者の訓練、製造現場の半熟練職種労働者の技能訓練を中心に、教育訓練の目的、教育訓練の技法、企業事例を紹介する。 <到達目標> この講義の目標は、学生に企業内教育訓練の全体構造と仕組みを理解させることである。アメリカ近代史と労務管理及び労使関係の理論に関する体系的な理解を前提に、アメリカ企業内教育訓練管理の歴史的展開について所見を述べるができることである。		
2. 授業内容 講義は以下のような内容と順序で進められる。 第1回講義 オリエンテーション(授業概要、成績評価、履修上の注意など) 第2回講義 アメリカの徒弟制度と職能別労働組合 第3回講義 系統的管理と「組織的怠業」の蔓延 第4回講義 科学的管理の成立と職務訓練、監督者訓練 第5回講義 第1次世界大戦期の造船業と戦時労使関係 第6回講義 戦時技能者集中訓練の展開と戦時動員、雇用管理運動 第7回講義 「無駄排除運動」と1920年代の労務管理の体系化 第8回講義 大量生産・大量販売方式と多能熟練工養成 第9回講義 行動主義心理学と産業心理学的な実験 第10回講義 エルトン・メイヨーとホーソン実験の経過 第11回講義 人間関係論の理念と制度、人間関係論的監督者訓練方式 第12回講義 大量生産体制の確立と単調労働、労働疎外感対策 第13回講義 行動科学的な労務管理と企業内教育 第14回講義 ボルボ方式と新しいクラフトマンシップ像 第15回講義 先進工業諸国の教育改革と現代徒弟制度		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> この授業を履修する学生は、労務管理(黒田先生)及び労使関係(遠藤先生)の講義も並行して履修して欲しい。アメリカ経済史、労務管理史、労務管理論については各自専門書を購入して勉強しておく必要がある。授業でコピー等の資料を配布することはしない。 <準備学習> シラバスに示されている講義テーマに則して、あらかじめアメリカ人事労務管理の歴史と理論について、キーワードを抜き出して確認しておくことが求められる。		
4. 教科書 平尾武久・関口定一・森川章共編『アメリカ大企業と労働者』北海道大学出版会 ステュアート・ブランデス著『アメリカン・ウエルフェア・キャピタリズム』関西大学出版部		
5. 参考書 ①平沼高・佐々木英一・田中万年共編『熟練工養成の国際比較』ミネルヴァ書房 ②平沼高・新井吾朗共編著『大学だけじゃないもうひとつのキャリア形成』職業訓練教材研究会		
6. 成績評価の方法 成績評価は、①授業中に課す作文(2回実施)と②期末定期試験とによって行う。授業中に実施する2回の作文は5点満点で採点し、期末の定期試験は90点満点とする。期末試験は穴埋め問題と論述問題から構成される。		
7. その他 授業中の私語、携帯電話及びパソコンの使用、飲食、化粧も厳禁とする。講義内容に関して質問したいことがある場合には、授業終了後に質問してください。		

能力開発論		平 沼 高
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 能力開発とは職業能力開発を意味している。職業能力開発の主体となるものは、企業、国家(自治体)、労働組合、労働者本人である。本講義は、戦後日本経済と労務管理の発展に則して、企業が主体となって取り組んできた教育訓練、国家が主体となって取り組んできた公共職業訓練について解説する。 <到達目標> この講義の目標は、学生に戦後日本における企業内教育訓練と公共職業訓練の全体構造を理解させることである。学生は、職業訓練法の変遷を踏まえて企業内教育訓練と公共職業訓練の歴史と現状について所見を述べるができる。		
2. 授業内容 授業は以下の項目と順序に沿って行われる。 第1回 ガイダンス 第2回 「労働基準法」第7章規定の意義と限界 第3回 戦後民主化運動と電産型賃金体系の理念と仕組み 第4回 鉄鋼業の合理化と技術革新—労働内容の変化と教育・訓練— 第5回 「職業訓練法」(旧法)制定、事業内教育訓練、労働組合運動 第6回 定期昇給制度と年功的技能形成システム 第7回 「職業訓練法」(新法)制定、能力再開発事業 第8回 企業集団の成立と能力主義管理の成立 第9回 減量経営と中間労働市場の提唱 第10回 ME 技術革新・ロボットの導入と教育・訓練 第11回 職業能力開発促進法成立の意義とその問題点 第12回 雇用機会均等法と教育・訓練上の性差別 第13回 雇用ポートフォリオの提唱と個人主導のキャリア形成 第14回 エンプロイアビリティの提唱とその欺瞞性 第15回 労働市場の構造と非正規雇用労働者の教育訓練		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> この授業を履修する学生は、労務管理、労使関係、日本経営史についても並行して履修してほしい。毎回の授業に必ず出席し、授業の流れと講義内容をきちんと把握することを要望する。履修する学生には授業中に作文(2回)をさせるので留意されたい。 <準備学習> 履修する学生には、講義テーマに則して戦後の日本経済史、戦後日本経営史についての自学・自習が求められる。学生は、高校時代の教科書(日本史、政経)を読み直して、講義の時代背景を確認しておくことが求められている。		
4. 教科書 平沼高・新井吾朗共編『大学だけじゃないもうひとつのキャリア形成』職業訓練教材社		
5. 参考書 ①木村保茂・永田萬享共著『転換期の人材育成システム』学文社 ②木元進一郎監修『人間らしく働く—デーセントワークの扉を開く—』泉文堂		
6. 成績評価の方法 成績評価は①授業中の作文(2回実施する)、②期末定期試験によって行う。2回の作文は5点満点で採点する。期末定期試験は90点満点とする。期末試験は穴埋め問題と論述問題から構成される。		
7. その他 授業中の私語、携帯電話及びパソコンの使用、飲食、化粧も厳禁とする。講義内容に関して質問したいことがある場合には、授業終了後に質問してください。		

中小企業論		岡田浩一
2単位	半期(前期)	3・4年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 「中小企業とは何か？」 この問いに答えることは難しい。この問いこそが、中小企業論の出発点であり、到達点であるともいわれている。さらに、この問いは、なぜ中小企業を定義しなければならないのかということへもつながっている。 これまで中小企業といえば、経済的に弱い存在であり、何事につけても大企業のほうが有利であるという見方をする人が多かったと思う。たしかに、下請中小企業の多くは、大企業の厳しい要求に耐え続け、常に厳しい経営を余儀なくされてきたように思われる。そして、特にバブル崩壊後の長期的景気低迷のなかで、中小企業経営は厳しさを増してきている。 とくが、その厳しい現実とは裏腹に、中小企業への期待は高まる一方である。そうした期待を実現しようと様々な動きが見られるが、その一つとして、新規創業の活性化支援や、ベンチャービジネス支援など、中小企業の新しい側面が、注目されてきているようである。 しかし、中小企業の経営を考えると、大企業のそれとは大きな違いを感じる人が多いと思われる。なにが大企業と異なるのか、その理由は何なのか。単に企業規模の差が、経営の差として現れるのかといった疑問も出てくるであろうし、中小企業を研究対象とすることによって様々な疑問が生じるはずである。 それらの疑問と向き合うことによって、日常的な経営経済の動向について、その根底にある問題点などが明らかになってくることもあろう。そして一つのこと明らかになると、また次の疑問へと興味に移っていくはずである。そしてこのことは、経営経済への興味関心をいっそう高めるものであると思われる。 <到達目標> 当授業では、中小企業という研究対象を通じて、広く経営経済への興味関心を高めることを目的としており、その関心から生まれる実践力を発揮できるようにしていく。		
2. 授業内容 以下の進行予定に従って、広く中小企業に関心を持ってもらうように講義を進めていこうと思います。 第1回 導入(最近の中小企業の動向) 第2回 中小企業の定義1 第3回 中小企業の定義2 第4回 国民経済における中小企業の位置 第5回 中小企業の存立形態 第6回 中小企業問題の登場とその研究1 第7回 中小企業問題の登場とその研究2 第8回 下請け・系列問題1 第9回 下請け・系列問題2 第10回 中小小売業と商店街の活性化1 第11回 中小小売業と商店街の活性化2 第12回 国際化・情報化と中小企業1 第13回 国際化・情報化と中小企業2 原則的には上記進行予定に基づいて講義を進めていきますが、重要なトピックスがあった場合などは、そちらを優先することもあり、予定を変更することもあります。 出来るだけ多くの事例も紹介しながら講義を進めていこうと思います。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 後期同一時間帯のベンチャービジネス論との連続履修をお勧めします。 <準備学習> 新聞や経済雑誌などに掲載される中小企業関係の情報をしっかりとつかみ、情報整理をしていくこと。		
4. 教科書 教科書の指定はありません。なるべく多くの関連図書を読んでください。		
5. 参考書 植田浩史他『中小企業・ベンチャービジネス論』有斐閣コンパクト 岡田・石川編著『ケースで学ぶまちづくり』創成社 福島久一編『中小企業政策の国際比較』新評論		
6. 成績評価の方法 出席はとらないので、基本的に試験のみで評価します(試験100%)。選択問題にて論述形式です。		
7. その他 体育会所属の学生は、出席カードを毎時間ごとに持参すること。試験直前にまとめた提出は認めない。		

ベンチャービジネス論		岡田浩一
2単位	半期(後期)	3・4年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 中小企業経営が、厳しい現実にとらわれている一方、経済活性化に向けて中小企業への期待は高まっている。そうした期待を実現しようと様々な動きが見られるが、その一つとして、新規創業の活性化支援や、ベンチャービジネス支援など、中小企業の新しい側面が、注目されてきているようである。 とりわけベンチャービジネスという言葉がよく使われるようになり、あたかもベンチャービジネスが、日本経済の景気回復における救世主であるかのように見られることもあるようだが、果たしてそうであろうか。 これまでの中小企業研究の立場から、ベンチャービジネスというブームをあらためて見直していくとともに、中小企業が日本経済に果たしてきた、あるいは、果たしている役割について検証していこうと思う。 「ベンチャービジネスとは何か」という問いかけを常に意識しながら、以下のようなテーマで講義を進めていく。 <到達目標> 将来の起業などに際しての最低限の経営学的知識を身につけていくこと。		
2. 授業内容 第1回 導入(近年のベンチャービジネスの動向について) 第2回 ベンチャービジネスの定義 第3回 開業問題とベンチャービジネス 第4回 中堅企業論登場との関係1 第5回 中堅企業論登場との関係2 第6回 ベンチャービジネス論登場とその経済的背景1 第7回 ベンチャービジネス論登場とその経済的背景2 第8回 ベンチャービジネス・ブームの意味1 第9回 ベンチャービジネス・ブームの意味2 第10回 ベンチャービジネスを巡る金融環境1 第11回 ベンチャービジネスを巡る金融環境2 第12回 ベンチャービジネスを巡る政策 第13回 経済発展とベンチャービジネスのあり方について 原則的には上記進行予定に基づいて講義を進めていきますが、重要なトピックスがあった場合などは、そちらを優先することもあり、予定を変更することもあります。 出来るだけ多くの事例も紹介しながら講義を進めていこうと思います。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 前期同一時間帯の中小企業論を先に履修しておくことが望ましい。 <準備学習> 身近に存在する成長企業について、成長要因がどこにあるのかを探索し、ケーススタディを積み重ねていくこと。		
4. 教科書 教科書の指定はありません。		
5. 参考書 松田修一『ベンチャー企業』日経文庫、2005年 浜田康行『新版 日本のベンチャーキャピタル』日本経済新聞社、1998年 玉田俊平太監修『イノベーションのジレンマ』翔泳社、2001年		
6. 成績評価の方法 出席はとらないので、基本的に試験のみで評価します(試験100%)。選択問題にて論述形式です。		
7. その他 体育会所属の学生は、出席カードを毎時間ごとに持参すること。試験直前にまとめた提出は認めない。		

経営学史 A		小笠原 英 司
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 経営学はまずドイツにおいて経済学的研究として発生し「経営経済学」として展開された。他方ではアメリカにおいて、マネジメント論としての「経営組織学」が発展してこんにちに継承されている。ただし、世界の経営学研究の現状は、ほぼアメリカ経営学に傾斜しており、日本の経営学史も「戦前はドイツ、戦後はアメリカ」という状況となっている。それは、経営学の研究対象が「経営体」としての組織であり、その研究主題がマネジメント（経営管理）であるという共通認識が普及しつつあることを意味している。本講も経営学を「経営」（経営管理）学と捉えたうえで、経営学史をその形成史として見る。 学史は学そのものと言われる。ただし歴史(story)とは基本的に「物語」(history)であり、これをどのように物語るかによって多様な歴史が成立する。経営学にも唯一普遍的歴史があるわけではなく、細部の相違を見ればまさに百家百説である。そこで本講では、学界の定説ないし評価が定まりつつある議論を集約したうえで、入門者向けの経営学史を概説する。 <到達目標> 経営学部の学生が習得すべき経営学史の概要をマスターすることを目標とする。そのためにも、A・Bの継続履修が望ましい。		
2. 授業内容 本講「経営学史 A」は「経営学史 B」と連動している。授業はほぼ以下の内容で進行するが、変更されることもある。 1. 経営学史の意義と方法 2. 経営管理学の生成 3. テイラーの「科学的管理」 4. テイラー管理論と現代 5. ウェーバーの官僚制論 6. ファヨールの経営管理学 7. 管理職能学派の形成 8. 小括 9. フォーディズムとフォード・システム 10. ホーソン実験と人間関係論 11. メイヨーの経営思想 12. 動態的組織論の先駆：フォレットの「統合」論 13. 現代経営学の基礎：バーナード理論 14. 小括 15. 試験		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 経営学史 B の履修が望ましい。 <準備学習> 次回の授業に関する予習は下記の教科書等を利用すること。配布プリントのみに頼った復習は十分とは言えない。授業のノートをしっかり取ることが肝要。		
4. 教科書 本講の授業内容がそのまま書かれた特定の「教科書」はない。ただし、「経営学史学会」が編集した下記を主要参考書として教科書の代用とする。 経営学史学会編『経営学史事典』文眞堂 なお、受講生の授業理解の便宜を図るため、授業内容をまとめたプリントを配布する。ただし、既配布のプリントは再配布しない。		
5. 参考書 経営学史の通史に関する文献一覧は初回の授業で配布する。個別の基本文献は必要に応じて授業において提示する。		
6. 成績評価の方法 成績評価は原則として定期試験の結果による（100％）が、出欠調査をした場合は出席状況等を加味することもある。初回授業において明示する。		
7. その他 初回の授業において本講の授業のルールを決める。出欠調査を行なうかどうかは未定。受講予定者は初回に注意。 <受講上のマナー> 1. 遅刻は開始30分まで。 2. 飲食禁止。 3. ケータイ、音響機器等の使用禁止。 4. 私語厳禁。 * 以上の中学生的マナーを遵守できない幼児は履修に及ばず。		

経営学史 B		小笠原 英 司
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 経営学はまずドイツにおいて経済学的研究として発生し「経営経済学」として展開された。他方ではアメリカにおいて、マネジメント論としての「経営組織学」が発展してこんにちに継承されている。ただし、世界の経営学研究の現状は、ほぼアメリカ経営学に傾斜しており、日本の経営学史も「戦前はドイツ、戦後はアメリカ」という状況となっている。それは、経営学の研究対象が「経営体」としての組織であり、その研究主題がマネジメント（経営管理）であるという共通認識が普及しつつあることを意味している。本講も経営学を「経営」（経営管理）学と捉えたうえで、経営学史をその形成史として見る。 学史は学そのものと言われる。ただし歴史(story)とは基本的に「物語」(history)であり、これをどのように物語るかによって多様な歴史が成立する。経営学にも唯一普遍的歴史があるわけではなく、細部の相違を見ればまさに百家百説である。そこで本講では、学界の定説ないし評価が定まりつつある議論を集約したうえで、入門者向けの経営学史を概説する。 <到達目標> 経営学部の学生が習得すべき経営学史の概要をマスターすることを目標とする。そのためにも、A・Bの継続履修が望ましい。		
2. 授業内容 本講「経営学史 B」は「経営学史 A」と連動している。授業はほぼ以下の内容で進行するが、変更されることもある。 1. 経営学史 A の概要 2. バーナードの組織論と管理論 3. バーナード理論の継承と発展 4. 経営組織の理論 5. 経営組織論の発展 6. 経営戦略の理論 7. 経営戦略論の発展 8. 小括 9. 動機づけの理論 10. 動機づけ論の発展 11. リーダーシップの理論 12. リーダーシップ論の発展 13. ドラッカー経営学 14. 総括 15. 試験		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 経営学史 A の履修が望ましい。 <準備学習> 次回の授業に関する予習は下記の教科書等を利用すること。配布プリントのみに頼った復習は十分とは言えない。授業のノートをしっかり取ることが肝要。		
4. 教科書 本講の授業内容がそのまま書かれた特定の「教科書」はない。ただし、「経営学史学会」が編集した下記を主要参考書として教科書の代用とする。 経営学史学会編『経営学史事典』文眞堂 なお、受講生の授業理解の便宜を図るため、授業内容をまとめたプリントを配布する。ただし、既配布のプリントは再配布しない。		
5. 参考書 経営学史の通史に関する文献一覧は初回の授業で配布する。個別の基本文献は必要に応じて授業において提示する。		
6. 成績評価の方法 成績評価は原則として定期試験の結果による（100％）が、出欠調査をした場合は出席状況等を加味することもある。初回授業において明示する。		
7. その他 初回の授業において本講の授業のルールを決める。出欠調査を行なうかどうかは未定。受講予定者は初回に注意。 <受講上のマナー> 1. 遅刻は開始30分まで。 2. 飲食禁止。 3. ケータイ、音響機器等の使用禁止。 4. 私語厳禁。 * 以上の中学生的マナーを遵守できない幼児は履修に及ばず。		

International Management A 国際経営論Ⅰ〔2009年度以前入学者用〕		SUMI Atsushi
Credits: 2	First (Spring) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives <Outline> Globalization of nation's socio-economy influences corporations in a variety of ways, and one of its salient characteristics could be seen in increasing cross border trade and foreign direct investment. This is most evident in the recent shift in the strategic goals of many corporations; the change from the export-oriented, multi-domestic strategy where corporations focus on internationalizing only selected divisions to the more global strategy where corporations actively aim at building profit centers worldwide. Global competition has increased its complexity as well. The emerging newly industrialized nations as represented by the BRICs, and the increasing emphasis on regionalization and regional economic alliances have necessitated corporations to change their managerial practices to cope with the turbulent global environments. Under these changes in today's international political economy, Japanese corporations are compelled to develop the international human resources who are able to actively cope with urgent global challenges. Foreign affiliated companies in Japan, in contract, are known to be more successful in the localization of their management practices. <Objectives> The course aims at addressing these rising challenges and issues in the international management and understanding them from wider perspectives. The class lectures will consist of English lectures (90%) and supplementary explanations of the main concepts in Japanese (10%).		
2. Course Content 1. Course Introduction 2-3. An Introduction to International Management (Chapter 1) 4-5. The Global Macroeconomic Environment (Chapter 2) 6-7. The Political and Legal Environments (Chapter 3) 8. Midterm Exam (90 minutes in class) 9-10. The Cultural Environment (Chapter 4) 11-12. Strategies for International Competition (Chapter 5) 13-14. Analyzing and Managing Foreign Modes of Entry (Chapter 6)		
3. Further Information <Registration Requirements> Regular attendance is required due to English language-based lectures and exams. <Course Preparations> Preparation for the lecture materials in ahead of the class is required.		
4. Textbook (s) <i>International Management</i> , 2nd edition (2009) by Phatak, Bhagat, and Kashlak, McGraw-Hill Higher Education. Available at the Sanseido Bookstore at Meiji Surugadai Campus.		
5. Reference Book (s) <i>Multinationals and Global Capitalism from the Nineteenth to the Twenty First Century</i> , by Geoffrey Jones, Oxford University Press (2005).		
6. Assessment Course Evaluation will be based on the following criteria: (1) Midterm Exam (40 points) 90 minutes In-class Test. Testing Style: IDs and Short Answer. In English. Open-book style. Electronic dictionary is allowed during the test. (2) Report (English report: A4 3-5 pages, 1200-2000 words: 50 points) (3) Attendance (10 points)		
7. Others Students are encouraged to ask questions and to communicate with the instructor via email when necessary. The instructor's email address is <sumi@kisc.meiji.ac.jp>. (本授業は国際教育プログラム「基幹科目(経済)Ⅰ」としても開講しています。詳細は、「国際教育プログラム」シラバスを参照してください。)		

International Management B 国際経営論Ⅱ〔2009年度以前入学者用〕		SUMI Atsushi
Credits: 2	Second (Fall) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives <Outline> Globalization of nation's socio-economy influences corporations in a variety of ways, and one of its salient characteristics could be seen in increasing cross border trade and foreign direct investment. This is most evident in the recent shift in the strategic goals of many corporations; the change from the export-oriented, multi-domestic strategy where corporations focus on internationalizing only selected divisions to the more global strategy where corporations actively aim at building profit centers worldwide. Global competition has increased its complexity as well. The emerging newly industrialized nations as represented by the BRICs, and the increasing emphasis on regionalization and regional economic alliances have necessitated corporations to change their managerial practices to cope with the turbulent global environments. Under these changes in today's international political economy, Japanese corporations are compelled to develop the international human resources who are able to actively cope with urgent global challenges. Foreign affiliated companies in Japan, in contract, are known to be more successful in the localization of their management practices. <Objectives> The course aims at addressing these rising challenges and issues in the international management and understanding them from wider perspectives. The class lectures will consist of English lectures (90%) and supplementary explanations of the main concepts in Japanese (10%).		
2. Course Content 1-2. Organizing and Controlling International Operations (Chapter 7) 3-4. Managing Technology and Knowledge (Chapter 8) 5-6. Communicating across Borders and Cultures (Chapter 9) 7. Midterm Exam (90 minutes in class) 8-9. Negotiation and Decision Making across Borders and Cultures (Chapter 10) 10-11. Motivating and Leading across Borders and Cultures (Chapter 11) 12-14. International Human Resources Management (Chapter 12)		
3. Further Information <Registration Requirements> Regular attendance is required due to English language-based lectures and exams. <Course Preparations> Preparation for the lecture materials in ahead of the class is required.		
4. Textbook (s) <i>International Management</i> , 2nd edition (2009) by Phatak, Bhagat, and Kashlak, McGraw-Hill Higher Education. Available at the Sanseido Bookstore at Meiji Surugadai Campus.		
5. Reference Book (s) <i>Multinationals and Global Capitalism from the Nineteenth to the Twenty First Century</i> , by Geoffrey Jones, Oxford University Press (2005).		
6. Assessment Course Evaluation will be based on the following criteria: (1) Midterm Exam (40 points) 90 minutes In-class Test. Testing Style: IDs and Short Answer. In English. Open-book style. Electronic dictionary is allowed during the test. (2) Report (English report: A4 3-5 pages, 1200-2000 words: 50 points) (3) Attendance (10 points)		
7. Others Students are encouraged to ask questions and to communicate with the instructor via email when necessary. The instructor's email address is <sumi@kisc.meiji.ac.jp>. (本授業は国際教育プログラム「基幹科目(経済)Ⅱ」としても開講しています。詳細は、「国際教育プログラム」シラバスを参照してください。)		

経営組織論		高橋正泰
2単位	半期(前期)	3・4年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 現在の経営学にはさまざまな研究が展開されており、その中でも、組織社会である現代社会を考えると、経営学の対象となる組織は、重要な研究分野として位置づけられる。しかし、組織の研究は経営学固有のものではなく、多様化する社会現象の解明に欠かせないものとして、学際的な研究領域を形成している。 <到達目標> 本講義では、これまでの組織研究の成果を取り入れながら、企業の組織問題を中心として考察し、組織についての理解を深めることを目的としている。		
2. 授業内容 授業は、以下の内容を予定している。 第1講：組織の概念と意義…「組織とは何か」ということと、「組織がわれわれにとってどのような関係にあるか」について考察し、組織についての基本的理解を深める。 第2～3講：社会科学としての組織論と研究方法…社会科学での位置づけと研究方法論 第4～6講：組織論の系譜—その生成と発展—…学史的視点から、経営組織の研究をその生成と発展にしたがって検討する。 第7～10講：組織のパラダイムと理論モデル 第11～15講：マクロ組織論…組織構造論の観点から、組織と環境、そして組織デザインを考え、戦略を含め「組織が全体としてどのように行動するか」について考察する。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 学際的な視点から組織の問題を考え、学ぶことが必要です。 <準備学習> 授業に出席する際には、事前に授業内容に関する文献等を読み、真面目に講義を受けること。		
4. 教科書 高橋正泰 他『経営組織論の基礎』中央経済社、1998年。 大月博司・高橋正泰『経営組織』学文社、2003年。		
5. 参考書 大月博司・高橋正泰・山口義昭『経営学—理論と体系—』〈第3版〉同文館、2008年。 佐久間信夫 編集代表『現代経営用語の基礎知識』学文社、2001年。 その他必要な参考書・文献は、授業時に紹介します。		
6. 成績評価の方法 試験は、前期・後期にそれぞれ実施し、また課題によるレポートを含めて、総合的に評価を行う。		
7. その他		

組織行動論		高橋正泰
2単位	半期(後期)	3・4年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 現在の経営学にはさまざまな研究が展開されており、その中でも、組織社会である現代社会を考えると、経営学の対象となる組織は、重要な研究分野として位置づけられる。本講義では、組織のミクロレベルに焦点を当てて、組織内の人間行動を学際的な成果を取り入れながら概説する。 <到達目標> 企業組織内の人間問題を中心として考察し、組織行動についての理解を深めることを目的としている。		
2. 授業内容 授業は、以下の内容を予定している。 第1講：組織行動論の視点—組織内の人間行動— 第2～5講：ミクロ組織論…ここでは組織の内部に目を向け、組織内の人間行動や集団行動を探究することが目的となる。この分野は組織行動論ともいわれ、人間資源的アプローチを中心として成立した研究分野である。 第6～9講：文化と組織…経営の文化という視点から、日本の経営にみる組織を論じ、さらに、組織文化論的パースペクティブから組織行動を考察する。 第10～12講：組織シンボリズム…組織文化論から1990年代の最近の研究分野である組織シンボリズムについて組織行動を概説する。 第13～15講：組織とジェンダー…組織内でのジェンダーの発生について、社会的な女性労働問題を視野に入れながら、組織内の女性問題やジェンダーの問題を理論的および実証的研究から検討、概説する。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 学際的な視点から組織の問題を考え、学ぶことが必要です。 <準備学習> 授業に出席する際には、事前に授業内容に関する文献等を読み、真面目に講義を受けること。		
4. 教科書 高橋正泰 他『経営組織論の基礎』中央経済社、1998年。 高橋正泰『組織シンボリズム —メタファーの組織論—』〈増補版〉同文館、2006年。 高橋正泰 他『組織とジェンダー』同文館、1998。		
5. 参考書 大月博司・高橋正泰『経営組織』学文社、2003年。 大月博司・高橋正泰・山口義昭『経営学—理論と体系—』〈第3版〉同文館、2008年。 佐久間信夫 編集代表『現代経営用語の基礎知識』学文社、2001年。 その他必要な参考書・文献は、授業時に紹介します。		
6. 成績評価の方法 試験は、前期・後期にそれぞれ実施し、また課題によるレポートを含めて、総合的に評価を行う。		
7. その他		

財務管理論		坂本恒夫
2単位	半期(前期)	3・4年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 日本の主要企業の財務活動について概説し、今日の特徴についてその仕組みや役割について説明します。特に前期は企業の財務活動について銀行との関係で講義します。企業の銀行借入を歴史的に辿り、時代的な特徴をさぐると同時にアメリカ、イギリスのそれと比較することによって、日本の企業・銀行間関係の特質を解明します。 <到達目標> 財務管理論の基本的なことを理解します。指定されたテキストに従い基本項目の内容を確認して下さい。		
2. 授業内容 第1講～第3講 株式会社とは何か 合名会社・合資会社、そしてLLPやNPOなどとの相違を解説 第4講～第6講 財務管理とは何か 所要資本の調達、流動性、収益性、経営権など財務原則について解説 第7講～第9講 日本の銀行経営 メガバンクの歴史、経営行動、リテール戦略など企業・銀行間関係を解説 第10講～第12講 英米の銀行経営 英米多国籍銀行の歴史、経営行動、フリースタンディング銀行を解説 第13講～第15講 これからの企業、これからの銀行 新たな証券化、M & A、そして政府系ファンドなど新動向を解説		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 中間試験・期末試験の未受験、レポートの未提出、欠席の1/3以上は失格となりますから、気を付けて下さい。 <準備学習> テキストをあらかじめ通読しておいて下さい。また関連事項などについて新聞・雑誌で情報を収集しておいて下さい。		
4. 教科書 第1回目授業で指示します。		
5. 参考書 坂本恒夫・文堂弘之編著『成長戦略のための新ビジネス・ファイナンス』中央経済社、¥2,800。		
6. 成績評価の方法 中間・期末の両試験(40%)、レポート(30%)、出席(30%)などの結果で総合的に評価。		
7. その他		

現代コーポレートファイナンス論		坂本恒夫
2単位	半期(後期)	3・4年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 日本の主要企業の財務活動について概説し、今日の特徴についてその仕組みや役割について説明します。特に後期は財務活動について、機関投資家、ファンド、証券市場との関係で講義します。コーポレート・ガバナンスの観点から新たな金融商品、中小企業・ベンチャービジネス、そしてM & Aなどについて解説します。 <到達目標> 財務管理の応用的なことを理解します。指定されたテキストに従いそれぞれの項目の内容の確認を深めて下さい。		
2. 授業内容 第1講～第3講 機関投資家、ファンドとは何か 新たな市場の支配者である機関投資家やファンドについて解説 第4講～第6講 コーポレート・ガバナンスとは何か 機関投資家の企業・株主価値経営での経営監視について解説 第7講～第9講 キャッシュフロー管理、EVAと資本コスト管理 株主価値経営の内容についてキャッシュフロー、EVAを詳述 第10講～第12講 株式、社債、配当・利子、自己金融 資金調達手段である証券、内部留保のそれぞれについて新動向を解説 第13講～第15講 ベンチャー・中小企業務、M & A、これからの財務 スモールビジネスの財務、MBOなどのM & A、財務経営の新戦略を解説		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 中間試験・期末試験の未受験、レポートの未提出、欠席の1/3以上は失格となりますから、気を付けて下さい。 <準備学習> テキストをあらかじめ通読しておくことはもちろんですが、新聞・雑誌で関連項目を見つけ出し、自分なりの理解を深めて下さい。		
4. 教科書 第1回目授業で指示します。		
5. 参考書 坂本編、現代財務管理論研究会『現代コーポレートファイナンス論』税務経理協会、¥2,900。		
6. 成績評価の方法 中間・期末の両試験(40%)、レポート(30%)、出席(30%)などの結果で総合的に評価。		
7. その他		

生産管理論 A		藤原篤志
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 本講義では経営管理の一部門管理であり、製造企業において基幹的な位置づけにある生産管理について体系的に解説する。生産管理は製造企業における生産活動の管理であり、財の生産に投入する生産諸要素(資材、設備、労働力)を総合的に調整することにより、目標品質の製品を所定の数量と期日に最も経済的に生産することを狙って展開されている。このような管理・活動の特徴や役割を、生産管理全体との関連や位置づけを鑑みながら解説していきたい。 <到達目標> 生産活動の管理上の課題やそれへの対応を学習し、日本の製造業の競争優位の要因を把握することを目標とする。		
2. 授業内容 第1講 本講義の概要と履修上の注意事項 第2～3講 生産に関する基本的用語・概念 第4～5講 生産計画 第6講 生産統制 第7～8講 品質管理 第9講 原価管理 第10講 設備管理 第11～12講 資材管理 第13～15講 作業管理		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 講義では板書を多用する。板書の量は多いが、それだけではなく要点を極力メモして自分の理解に基づいたノートづくりを行うことが望まれる。さらに授業上の私語は厳禁である。講義中の私語は他の受講生への教育サービスの提供の妨害になるので、即刻退室にする。場合によってはその時点で不合格になることもあるので注意すること。 <準備学習> 生産に関する基本的用語・概念を学習した後は、日常的に経済専門紙などで、ものづくりに関わる取り組みや事例を読んで復習や生産問題への喚起を心がけてもらいたい。		
4. 教科書 教科書は指定しない。その分、板書を多用し、資料を配布する。		
5. 参考書 百田義治『経営学基礎』中央経済社、2006年 小川英次編著『生産管理』中央経済社、1985年 甲斐章人『現代生産管理論』白桃書房、1986年		
6. 成績評価の方法 期末試験で評価する(100%)。		
7. その他 本講義はいわば理論の解説であり、内容的に硬いものばかりである。講義の性格上仕方ないことだが、受講生の講義に対する意欲の維持や理解を助けるために、並行的に、生産に関する最新の新聞記事を紹介・解説する。内容は生産の「管理」に限らず、広く生産全般に関するもので、製造業で現在問題になっていることや新たな取り組みなどを取り上げる。また解説した生産管理の理論の具体的な実践事例の記事を取り上げ、講義内容の理解の一助としたい。 また生産管理の対象とする領域は、学問的に経営学と経営科学が交わる領域である。それゆえ理論や技法の部分で数理的な内容を多く含む。しかしながら本講義はいわゆる「文系のための生産管理論」として、極力、数理的な内容を避けており、数学的な素養のない受講者でも問題なく理解できることを目指している。よってさらに数理的な理論・技法に興味のある者は経営数学や経営統計学などの講義を受講することを勧める。		

生産管理論 B		藤原篤志
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 本講義では生産管理論 A の学習をさらに進めて、主として20世紀以降企業において導入・展開されてきた各種生産システム(生産方式)について解説する。具体的には、20世紀初頭アメリカで生まれたテイラー・システム(科学的管理法)、同時代に自動車産業で生まれ大量生産方式として確立したフォード・システム、戦後日本の自動車産業で生まれ効率的な多品種生産を実現したトヨタ生産システムを中心に講義を行う。 <到達目標> 経営環境の変化とともに発展してきた生産システムの到達点の考察を通じて、日本の製造業(特に自動車メーカー)の競争優位の要因を把握することを目標としている。		
2. 授業内容 第1講 本講義の概要と履修上の注意事項 第2講 テイラー・システム(1)生成 第3～4講 テイラー・システム(2)その内容 第5講 フォード・システム(1)その概要とフォードイズム 第6～8講 フォード・システム(2)その内容 第9講 トヨタ生産システム(1)その概要 第10講 トヨタ生産システム(2)基本思想 第11～14講 トヨタ生産システム(3)その内容 第15講 トヨタ生産システム(4)問題点		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 講義は板書を多用するが、解説の中の要点について積極的にメモをとり、自分自身の理解に基づいたノート作りを行うことが求められる。 また授業中の私語は厳禁である。講義中の私語は他の受講生への教育サービスの提供の妨害になるので、即刻退室にする。場合によってはその時点で不合格になることもあるので注意すること。 <準備学習> 受講者は生産管理論 A を履修しておくことが望ましい。履修していない者は生産に関する基本的用語・概念を事前に学習しておくこと。		
4. 教科書 特に指定しない。その分、板書を多用し、資料を配布する。		
5. 参考書 百田義治編著『経営学基礎』中央経済社、2006年 門田安弘『トヨタプロダクションシステム』ダイヤモンド社、2006年		
6. 成績評価の方法 期末試験で評価する(100%)。		
7. その他 本講義は自動車産業を中心とした生産システム論となるので、自動車産業の生産・経営を理解するために、当該産業に関連した新聞記事の紹介・解説を並行的に行いたい。 とここで、本講義で扱う生産システム論は作業管理の側面を多く含んでいる。そこで管理や技法の側面だけではなく、その受け手であり生産の担い手である労働者やその労働の側面も同時に考察していくことにしたい。		

人事労務管理論 A		黒田 兼一
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 企業の中で「ヒト」(従業員)は「モノ」(原材料資材・施設・設備)と「カネ」(資金)と並んで、いやそれ以上に重要な資源です。この「ヒト」を対象にした管理は人事労務管理とよばれています。この人事労務管理の目的とは何でしょうか。またどのような内容をもっているのでしょうか。その制度や技法はどのように発展してきたのでしょうか。この講義では人事労務管理の理論と歴史に焦点があてられます。 <到達目標> なぜ理論と歴史を学ぶ必要があるのでしょうか。端的に言えば、「これまでの人事労務管理」と「いまの人事労務管理」の原理と問題点を知り、これからの方途を探るためです。 そのためには、そもそも人事労務管理はどのような原理をもち、どのように発展してきたのかを知っていかねばなりません。働く側が求める「働き方」に十分配慮した「働かせ方」を現実なものにしていくためにも、どうしても不可欠なことです。		
2. 授業内容 20世紀の人事労務管理を振り返り、それを支えてきた原理、理論を学び、その変化発展の軌跡を分析します。それらを通して人事労務管理の学説を学ぶことになります。その場合、狭い意味の人事労務管理だけでなく、労使関係の変化にも目を向けていかねばなりません。 授業はおよそ次のようなテーマに沿って進めていく予定です。 第1講 資本主義社会と労働者(1) 第2講 資本主義社会と労働者(2) 第3講 人事労務管理の機能と体系 第4講 人事労務管理と労働組合そして労働法 第5講 人事労務管理の形成(熟練工とテイラー・システム) 第6講 人事労務管理の形成(テイラー・システムと労働組合) 第7講 人事労務管理の発展(フォード生産システムと労務管理) 第8講 人事労務管理の発展(フォーディズムと労使関係) 第9講 人事労務管理の発展(人間関係論と社会心理学) 第10講 人事労務管理の発展(行動科学と人事労務管理) 第11講 人事労務管理の発展(労働疎外と労働の人間化) 第12講 現代の人事労務管理(人的資源管理とは何か) 第13講 現代の人事労務管理(ITと人事労務管理) 第14講 現代の人事労務管理(グローバル化と人事労務管理) 第15講 これからの人事労務管理 なおレポートを3回提出してもらう予定です。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> この講義の後編にあたる人事労務管理論 B を併せて受講することを勧めたい。 <準備学習> 「5. 参考書」にある参考文献を読んでおくことを薦めたい。		
4. 教科書 主テキストとして、『現代の人事労務管理』、八千代出版、黒田・関口・青山・堀著 を使います。授業はこのテキストを熟読していることを前提に進めます。		
5. 参考書 学期の始めに指示しますが、とりあえず以下を読んでおくことを薦めます。 木元進一郎監修『人間らしく働く』泉文堂 湯浅 誠『反貧困』岩波新書 森岡孝二『働きすぎの時代』岩波新書 竹信三恵子『ルポ 雇用劣化不況』岩波書店 熊沢 誠『能力主義と企業社会』岩波書店 また以下の文献が授業やレポートに参考になります。 労務理論学会編『経営労務事典』見洋書房(6月刊行予定)		
6. 成績評価の方法 レポート(30%) 試験(70%)		
7. その他 適宜、黒田のホームページ http://www.kisc.meiji.ac.jp/kuroken/ を参照して下さい。		

人事労務管理論 B		黒田 兼一
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> この授業を受けようという学生の多くは、企業に身をおくことになるはずですが、それもパートタイマーや派遣ではなく、「正社員」として働くことを望んでいる違いありません。 それでは、日本の働く人々はどうのような「働き方」をし、また企業はどのような「働かせ方」をしてきたのでしょうか。働く人々が求める「働き方」と経営者がおこなう「働かせ方」が一致するとは限りません。いや多くの場合、一致してこなかったといっているでしょう。 事実、昨今の働く環境は最悪の様相を呈しています。「派遣切り」「ワーキングプア」などの深刻な問題が露呈しているだけでなく、「正社員」も「名ばかり管理職」「サービス残業」「過労死/過労自殺」など暗い話ばかりです。それだけではありません。「超水河期」とも形容されるように、皆さんも知っている通り、就職状況も深刻になっています。 しかし、当然のことですが、働く人々の力なしに企業は動きません。働く人々の労働意欲や働き甲斐を無視した企業経営は破綻することは明らかです。従って、深刻な問題を孕んだ日本の人事労務管理は大きく変わらなければなりません。日本の人事労務のどこをどのように変えるべきなのでしょう。 <到達目標> この授業の目標は、働く人々が「満足」と「生きがい」を手にするために、私たちはどのような「働き方」をし、企業はどのような「働かせ方」をすべきなのか、このことを学び、このことを考え、自分のこれからの方向性を見定めることです。		
2. 授業内容 日本の人事労務管理の特質とその変化を考えます。 そもそも日本の人事労務管理の制度と技法はどこに特徴があり、どのように発展してきたのでしょうか。激変する社会のなかで、日本の働く人々はどうのような「働き方」をし、また企業はどのような「働かせ方」をしてきたのでしょうか。その特徴と構造をお話します。 そして今、その何が問われ、なぜ、どのような内容に変わろうとしているのでしょうか。この授業はここがキーポイントです。 授業はおよそ次のようなテーマに沿って進めていく予定です。 第1講 雇用のいま(1)(終身雇用とは何か) 第2講 雇用のいま(2)(非正規雇用と間接雇用) 第3講 配置と昇進(1)(年功制とは何か) 第4講 配置と昇進(2)(能力主義と成果主義) 第5講 賃金の決め方・決まり方(1)(年功賃金) 第6講 賃金の決め方・決まり方(2)(職能給、年俸制、成果主義賃金) 第7講 長時間労働の仕組み(1)(時間管理と労働法) 第8講 長時間労働の仕組み(2)(新しい時間管理と過労死・過労自殺) 第9講 教育訓練と能力開発(1)(日本の企業内教育とOJT) 第10講 教育訓練と能力開発(2)(能力開発とエンプロイヤビリティ) 第11講 労働組合と労使関係(1)(企業別組合と労使関係) 第12講 労働組合と労使関係(2)(新しい労働組合) 第13講 雇用平等とジェンダー(1)(均等法とコース別雇用管理) 第14講 雇用平等とジェンダー(2)(女性労働とワーク・ライフ・バランス) 第15講 これからの人事労務管理 なおレポートを3回提出してもらう予定です。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> この講義の前編(前期に開講)にあたる人事労務管理論 A を併せて受講することを勧めたい。 <準備学習> 「5. 参考書」にある参考文献を読んでおくことを薦めます。		
4. 教科書 主にテキストとして黒田他編著『自分らしい「働き方」・「働かせ方」』ミネルヴァ書房を使います。授業はこの本を読んでいることを前提に進めます。		
5. 参考書 学期の始めに指示しますが、とりあえず以下を読んでおくことを薦めます。 木元進一郎監修『人間らしく働く』泉文堂 湯浅 誠『反貧困』岩波新書 森岡孝二『働きすぎの時代』岩波新書 竹信美恵子『ルポ 雇用劣化不況』岩波書店 熊沢 誠『能力主義と企業社会』岩波書店 また以下の文献が授業やレポートに参考になります。 労務理論学会編『経営労務事典』見洋書房(6月刊行予定)		
6. 成績評価の方法 レポート(30%) 試験(70%)		
7. その他 また適宜、黒田のホームページ http://www.kisc.meiji.ac.jp/kuroken/ を参照して下さい。		

ナレッジ・マネジメント論A		中 西 晶
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 現代は、知識社会・情報社会と呼ばれる。だからこそ、現代の経営の基盤をなすものとして、知識すなわちナレッジが注目されている。ナレッジ・マネジメントには、人間的側面と技術的側面がある。本講義では、ナレッジ・マネジメントの基本的な枠組みと企業での取り組みを理解することを目的とする。できるだけ現実の企業事例を交えながら授業を進めていく。授業では、プレゼンテーションソフトやインターネットを活用する。本学のナレッジ・マネジメントシステムともいえる『Oh-o! Meiji』を活用する予定である。 <到達目標> ナレッジマネジメントで使われている概念がわかり、ビジネスの現場で日常使用されている言葉について説明することができるようになることが目標である。		
2. 授業内容 以下のような内容を予定している。 1 回 ガイダンス 2-4 回 知識社会の到来(1)~(3) 5-7 回 組織的知識創造理論(1)~(3) 8 回 中間まとめ 9-11回 ナレッジマネジメントの技術的側面(1)~(3) 12-14回 ナレッジマネジメントの人間的側面(1)~(3) 15回 まとめ		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> ナレッジ・マネジメント論 B もあわせて受講することが望ましい。 <準備学習> 本学部における経営学のテキスト『経営学の扉』（白桃書房）を十分理解していること。		
4. 教科書 特に指定しない。		
5. 参考書 歌代豊編著『情報・知識管理』学文社 その他、関連する文献・サイトを授業内で紹介する。		
6. 成績評価の方法 毎回の自由レポートの提出状況 50% 期末レポート 50%		
7. その他		

ナレッジ・マネジメント論B		中 西 晶
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 現代は、知識社会・情報社会と呼ばれる。だからこそ、現代の経営の基盤をなすものとして、知識すなわちナレッジが注目されている。ナレッジ・マネジメントには、人間的側面と技術的側面がある。本講義では、主として、ナレッジ・マネジメントに関するアップ・トゥ・デイトな話題を中心に紹介する。きるだけ現実の企業事例を交えながら授業を進めていく。授業では、プレゼンテーションソフトやインターネットを活用する。本学のナレッジ・マネジメントシステムともいえる『Oh-o! Meiji』を活用する予定である。 <到達目標> 「ナレッジ」の視点から見たときに、現在ビジネスにおいてどのような現象が起きているかを理解することが目標であるが、あわせて3・4年生として社会に出ていく際に持っておかなければならない基礎知識を獲得することも狙いである。		
2. 授業内容 社内 SNS や著作権など「ナレッジ」に関連する新しい議論や事例を提示し、議論する。 1 回 ガイダンス 2～6 回 「ナレッジ・マネジメント」の最新動向(1)~(5) 7 回 中間まとめ 8～12回 「ナレッジ・マネジメント」の最新動向(6)~(10) 13～15回 まとめと展望		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> ナレッジ・マネジメント論 A もあわせて受講することが望ましい。 <準備学習> 本学部における経営学のテキスト『経営学の扉』（白桃書房）を十分理解していること。 日頃から、問題意識を持って、ニュースやネットを調べておくこと。		
4. 教科書 特に指定しない。		
5. 参考書 関連する文献・サイトを授業内で紹介する。		
6. 成績評価の方法 毎回の自由レポートの提出状況 50% 期末レポート 50%		
7. その他		

経営技術論		佐野正博
2単位	半期(前期)	3・4年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 技術の発達は、企業におけるビジネスのやり方や業務形態に劇的変動をもたらします。そのため企業の持続的成長のための経営戦略策定にあたっては科学・技術の歴史的発展構造に関する理解が必要不可欠です。そのため技術のわかる経営者が必要とされています。こうした観点から本講義では、現代的技術体系の歴史的形成過程、および、技術発展に対応した企業の生産システムの歴史的展開を取り扱います。 <到達目標> 企業の競争優位の獲得における技術的要因の機能と役割について学び、自分の頭で考察できるようになることを目的とする。		
2. 授業内容 第1回 Technology に対する Management の意義と役割—Technology による製品差別化 第2回 生産に関わる現象と理論—Production vs Product, Innovation-Invention-Discovery の区別と連関…経済と技術と科学の相互関連 第3回 プロダクト・イノベーションに関する needs=seeds 視点からの分析—Demand 形成の構造に関する Necessity/Usefulness-Wants-Demand 図式 第4回 Needs=Wants の存在構造の歴史的変化、および、歴史的变化を引き起こす一つの要因としての技術革新 第5回 Product に関する Technology-Function-Performance 論、および、Cost-Benefit 論からの考察—Function・Product・Needs・Necessity の階層性と多様性、Necessity/Usefulness-Wants スペクトル 第6回 Seeds-Product と Needs-Wants-Demand という二つのシステムの相互連関…シーズ（要素技術）と製品、ニーズ（客観的必要性）とウォンツ（欲求）と需要 第7回 Wants の「推測」と「発見」—トライ・アンド・エラーによる Wants の社会的「発見」 第8回～第9回 アッターバックのドミナント・デザイン論 第10回 マーケット・ニーズ vs 技術的ニーズ—最終消費財に対する Needs、中間財に対する Needs、技術に対する Needs 第11回～第15回 技術のネットワーク的発展構造に関するケーススタディ—Necessity/Usefulness と Seeds の協働による技術発展		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 本授業に関連する基礎的知識を有すること。 <準備学習> 前回の講義内容の復習とともに次回の授業範囲の予習し、授業内容の理解に必要なキーワードに関しては、自分でインターネットや図書館などを利用して十分に調べておくこと。		
4. 教科書 なし		
5. 参考書 橋本和美ほか（2005）、『テクノ・グローカリゼーション』梓出版社。その他、授業内容の理解を深めるための参考書は、授業中に適宜紹介します。		
6. 成績評価の方法 学期末試験：100%		
7. その他 授業に必要な資料はプリントして授業中に配布します。また、 http://www.sanosemi.com/biztech/biztech.htm で授業関連情報が入手できるようになっています。		

技術戦略論		佐野正博
2単位	半期(後期)	3・4年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 技術革新が激しく進んでいる現代においては、技術開発力や製造技術力が企業競争力を大きく左右するようになってきました。またIT革命やeビジネスという流行語に示されているように、現代的な企業経営においては情報通信技術をうまく活用することが必要不可欠です。本講義では、そうした観点から、企業の持続的成長のために技術をどのように戦略的にマネジメントすべきかを取り扱います。 <到達目標> 企業の競争優位の獲得を目的とした技術戦略について学び、自分の頭で考察できるようになることを目的とする。		
2. 授業内容 本講義では、「企業がどのような技術戦略を取ってきたのか、また、今後どのような技術戦略を取るべきなのか?」、「企業の技術戦略がどのようなことを考慮しながらどのような過程で決定されているのか?」、「企業の技術戦略の成功と失敗がどのような要因によるものなのか?」、「企業の生産システムの歴史的展開はどのようなものであったのか?」、「新技術の開発と社会的展開過程はどうあるべきなのか?」といったような問題を様々な具体的事例をもとに取り扱います。 第1回 ガイダンス 第2回～第3回 技術戦略に関わる基本的理論(1)—技術的先駆者 vs 技術の後発者、技術的 leadership 戦略 vs 技術的 followership 戦略 第4回～第5回 技術戦略に関わる基本的理論(2)—クリステンセンの Value Network 論 第6回～第15回 技術戦略に関わるケーススタディ ケーススタディとしては、任天堂・セガ・ソニーなどのゲーム機関連企業、インテル・マイクロソフト・アップル・IBM・NEC・富士通などのコンピュータ関連企業、NTT・ソフトバンクなどの情報通信関連企業、ソニー・松下電器などの総合家電メーカーなどを対象に技術戦略を取り扱います。たとえば、インテルとAMDのCPU開発に関わる技術戦略の違いや、パソコンに関する企業シェアの歴史的变化を規定した技術的諸要因、デジタル家電開発や通信インフラなどにおけるデジタル化対応の技術戦略などを取り上げる予定です。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 本講義では技術の歴史的発展構造の基本理解を前提に授業を進めます。そのため経営技術論を先に履修しておくことが望ましい。 <準備学習> 前回の講義内容の復習とともに次回の授業範囲の予習し、授業内容の理解に必要なキーワードに関しては、自分でインターネットや図書館などを利用して十分に調べておくこと。		
4. 教科書 なし		
5. 参考書 橋本和美ほか（2005）『テクノ・グローカリゼーション』梓出版社。その他、授業内容の理解を深めるための参考書は、授業中に適宜紹介します。		
6. 成績評価の方法 学期末試験：100%		
7. その他 授業に必要な資料はプリントして授業中に配布します。また、 http://www.sanosemi.com 経由でより詳しい授業関連情報が入手できるようになっています。		

Strategic Analysis of Japanese Companies A 〔SAJC(日本企業の戦略分析)A〕 〔2006年度以降入学者対象〕		SHIBATA Takashi
Credits: 2	First(Spring) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives <Outline> Strategic analysis provide us the characteristics of Japanese SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat.) analysis and other tools have its different characteristics suggest management to analyze and re-construct for future corporate strategy. Strategic Analysis covers not only production process management such as Just-In-Time and kaizen method, but also marketing and product development strategy. Toward that purpose, this lecture provides tools and means to strategic analysis. <Objectives> Achieving to understand basic tools of strategic analysis and report making with single tool of analysis		
2. Course Content I The tools of strategic analysis 1 What is Strategy? What is Strategic Analysis? 2 Tools of Analysis (1) (SWOT, Growth Vector, Market Position) 3 Tools of Analysis (2) (Porter's 5 Forces, 3 generic strategy, Strategic group) 4 Tools of Analysis (3) (PPM, PLC, VRIO, etc.) II Industrial case study 1-Hamburger restaurant chain 5 History of hamburger restaurant chain business 6 Market positions of major players-McDonald's, MOS food, Lotteria, etc. 7 Basic strategy based on market position III Industrial case study 2-Convenience store chain 8 History of convenience store chain business 9 Difference of core competence-Seven-Eleven, Lawson, Family Mart 10 VRIO analysis IV Industrial case study 3-Bank and financial service 11 History of bank and financial service in Japan 12 M&A activity of bank industry 13 Strategic group of bank V Strategic Management Theory 14 Corporate Strategy and Business Unit Divisional Strategy 15 Wrap up		
3. Further Information <Registration Requirements> Entry time limit 15 minutes after opening lecture		
4. Textbook(s) Hand out data is delivered from the following web site. http://www.geocities.jp/tku_mbags/		
5. Reference Book(s) Will be announced in the class		
6. Assessment English report 50% Participation + attendance 50%		
7. Others All the lessons are English. 本授業は国際教育プログラム「基幹科目(経済)Ⅰ」としても開講しています。詳細は、「国際教育プログラム」シラバスを参照してください。		

Strategic Analysis of Japanese Companies B 〔SAJC(日本企業の戦略分析)B〕 〔2006年度以降入学者対象〕		SHIBATA Takashi
Credits: 2	Second(Fall) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives <Outline> Strategic analysis provide us the characteristics of Japanese SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat.) analysis and other tools have its different characteristics suggest management to analyze and re-construct for future corporate strategy. Strategic Analysis covers not only production process management such as Just-In-Time and kaizen method, but also marketing and product development strategy. Toward that purpose, this lecture provides tools and means to strategic analysis. <Objectives> Achieving to understand basic tools of strategic analysis and report making with single tool of analysis		
2. Course Content I Review & Basic concept of strategic analysis 1 Introduction and Strategic configuration 2 Tools of Analysis (1) (SWOT, Growth Vector, Market Position, 5 Forces, 3 generic strategy, Strategic group) 3 Tools of Analysis (2) (PPM, PLC, VRIO, etc) 4 Corporate Strategy and diversification II Industrial case study 1-Diversification of the Japanese firms 5 Why does the company have the desire of diversification 6 Rumelt's 3ratio of diversification analysis 7 Diversification of the Japanese firms III Industrial case study 2-Product Portfolio Management 8 Theory of Product Portfolio Management 9 Company growth and PPM-Diversification of Canon IV Industrial case study 3-Globalization 10 Global economic change in 1970's and 1980's and globalization 11 4 stages of globalization-Panasonic 12 Joint venture and technology transfer-Toyota (a miracle of NUMMI) 13 Multinational strategy of the Japanese food business-Nisshin Foods 14 Global strategy of the Japanese food business-Kikkoman 15 Summery and Wrap Up		
3. Further Information <Registration Requirements> Entry time limit 15 minutes after opening lecture		
4. Textbook(s) Hand out data is delivered from the following web site. http://www.geocities.jp/tku_mbags/		
5. Reference Book(s) Will be announced in the class		
6. Assessment English report 50% Attendance and participation minimum 50%		
7. Others All the lessons are English. 本授業は国際教育プログラム「基幹科目(経済)Ⅱ」としても開講しています。詳細は、「国際教育プログラム」シラバスを参照してください。		

経営情報論		中西 貢
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> ビジネスの場には、様々な取引形態、契約方法、販売戦略が併存している。それらは、取引される財・サービスの特質とそれに関わる経済主体の情報構造に依存している。この講義では、「取引費用」をキーワードとして、情報の不確実性や偏在性が様々な取引形態、契約方法を生むことを見ていく。 <到達目標> 「どのような場合において、いかなる取引形態、契約方法が合理的なのか？」を情報の不確実性や偏在性を手がかりにして判断できる能力を持つ。		
2. 授業内容 主な内容は以下の通りである。 第1回：コンビニ価格（FC 契約と利益配分方法） 第2回：独占と協調（FC 契約の本質） 第3回：二重マージン問題（引渡価格と店頭価格） 第4回：情報とモニタリング費用（FC 契約の諸形態） 第5回：在庫管理と発注（発注理論の基礎） 第6回：不確実性と発注契約 第7回：発注と契約（責任販売制：出版業界の試み） 第8回：調達契約（情報、リスク分布と契約形態） 第9回：ホールドアップ問題（非完備契約問題） 第10回：オークションの諸形態と機能 第11回：オークションの拡張（複数財、分割可能財。国債、周波数など） 第12回：オークションの展開と現状 第13・14回：まとめ		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> ミクロ経済学の基礎知識があることが望ましいが、前提とするものではない。		
4. 教科書 使用しない		
5. 参考書 ミルグロム、ロバーツ『組織の経済学』（NTT 出版、1997） マクミラン『経営戦略のゲーム理論』（有斐閣、1995） その他は、授業中に参考文献を紹介する。		
6. 成績評価の方法 試験による（100％）		
7. その他		

リスクマネジメント論		中西 貢
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 不確実性下の意志決定問題としての仕入戦略や様々なリスク・ヘッジ手段、具体的には、保険や保証・信託機関の役割、オプションなど金融的手段の機能などを取り上げる。また、リスク・ヘッジがもたらすモラル・ハザード問題やその回避のためのインセンティブ問題に触れる。 <到達目標> リスクとそれを回避する手段についての知識を身につけるとともに、リスク回避行動が別のリスクを新たに生み出す可能性もあることを認識できる能力を持つ。		
2. 授業内容 リスクおよびその様々なヘッジ手段、形態を取り上げる。 第1回：リスクとは 第2・3回：リスクと損失および利得（在庫管理問題） 第4・5回：リスクと情報の改善（不確実性を小さくする様々な手法） 第6・7回：リスクと保険機能（モラル・ハザードと逆選択） 第8・9回：信用リスク（担保機能、保証および信託） 第10・11回：価格・金利変動リスクおよびリスク交換（オプションとスワップ） 第12回：期間とリスク 第13・14回：講義のまとめ		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 期待値や分散といった統計学の基礎知識があることが望ましいが、あまり気にすることはない。		
4. 教科書 指定なし。プリントによる。		
5. 参考書 ミルグロム、ロバーツ『組織の経済学』（NTT 出版、1997） マクミラン『経営戦略のゲーム理論』（有斐閣、1995） その他は、授業の中で紹介する。		
6. 成績評価の方法 試験による（100％）。		
7. その他		

経営文化論 A		安部悦生
2 単位	半期(前期)	3・4 年次 〔2010年度以降入学者〕 1・2 年次 〔2009年度以前入学者〕
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 企業経営の基底にある人々の考え方、価値観を考察する。人々の基本的価値観は、組織のあり方や人間関係、行動、仕事の進め方などに現れてくるが、こうした関係は、ビジネスの領域では、企業文化、経営文化、組織文化などと呼ばれるとともに、経営風土、企業風土(社風)、組織風土などとも呼ばれている。前期では、まず文化と組織、人間関係、価値基準などの一般理論を検討し、ついで日本の企業文化の特質を考察する。イエとムラの原理、タテ社会における人間関係などが、企業の組織関係、人間関係、人の行動にどのように反映されているかを検討する。 <到達目標> 制度と文化という視点を十分理解すること。		
2. 授業内容 1. 経営文化のキーコンセプト 2. 1980年代の経営文化論ブーム 3. 組織文化の光と翳 4. 組織アイデンティティ 5. 効率性モデル 6. 合理性とは何か 7. 宗教倫理と経済発展 8. 企業組織の発展 9. 企業の目的と目標 10. クール・ジャパン 11. 日本の経営文化 12. 続・日本の経営文化		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 経営学だけではなく、文化人類学、社会学、心理学、歴史学といった様々な学問領域にまたがる学際的視点から、文化という問題を学ぶことが必要です。 <準備学習> 参考文献に挙げた本を事前に読むこと。		
4. 教科書 佐藤郁哉、山田真茂留『制度と文化——組織を動かす見えない力——』日本経済新聞社、2004		
5. 参考書 シャイン、E.H. (清水紀彦ほか訳)『組織文化とリーダーシップ——リーダーは文化をどう変革するか』ダイヤモンド社、1989. 高橋正泰『組織シンボリズム——メタファーの組織論——』増補版、同文館、2006 津田真徴『日本の経営文化』ミネルヴァ書房、1994 中根千枝『タテ社会の人間関係——単一社会の理論——』講談社現代新書、1967		
6. 成績評価の方法 試験を60%、出席を20%、レポートを20%の比率とする。		
7. その他 商学部設置科目「異文化間コミュニケーション論」(英語による授業)を本科目に読み替えて履修することができます。 商学部設置科目の詳細は2011年度商学部シラバスを参照してください。読み替えについての詳細は2011年度経営学部履修の手引を参照してください。		

経営文化論 B		安部悦生
2 単位	半期(後期)	3・4 年次 〔2010年度以降入学者〕 1・2 年次 〔2009年度以前入学者〕
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 後期では、欧米(おもにアングロサクソン)、アジア(中国、インド、イスラーム)の価値体系を検討する。種々の価値観の集合を価値体系と呼ぶならば、価値体系が国や地域によってどのように違っているのか、この問題を、国際比較的に取り上げる。さらに、多国籍企業が、文化的障壁を超えてその活動をどのように展開しているのかを、研究史を踏まえながら、説明する。この場合には、宗教的バックグラウンドの理解が重要となろう。ユダヤ教、キリスト教、イスラームといったセム的一神教、ヒンズー教、仏教、道教、あるいは宗教とはいえないが、倫理規範である儒教が価値観、企業行動に及ぼす影響を説明する。 <到達目標> 「信頼」の概念を中心に、主に、中国、イタリア、ドイツ、日本、アメリカを取り上げるので、その相違についてよく理解する。		
2. 授業内容 1～3 中国の経営文化 4～6 イタリアの経営文化 7～9 ドイツの経営文化 10～12 日本、アメリカとの比較経営文化論		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 経営学だけではなく、文化人類学、社会学、心理学、歴史学といった様々な学問領域にまたがる学際的視点から、文化という問題を学ぶことが必要です。 <準備学習> 参考文献に挙げた著作を事前に読むこと。		
4. 教科書 フランシス・フクヤマ『「信」無くば立たず』三笠書房。本書は絶版なので、図書館などで講読する。		
5. 参考書 前期であげた参考書に加え、次のような参考書がある。 間宏『日本的経営——集団主義の功罪——』日経新書、1974 ハムデン＝ターナー、C.&A. トロンペナールス(上原一男ほか訳)『七つの資本主義——現代企業の比較経営論』日本経済新聞社、1997. 林周二『経営と文化』中公新書、1984 ホフスティード、G(岩井紀子ほか訳)『多文化世界——違いを学び共存への道を探る——』有斐閣、1995 山本七平『日本人とは何か——神話の世界から近代まで、その行動原理を探る——』祥伝社、2006 米川伸一編『ヨーロッパ・アメリカ・日本の経営風土』有斐閣、1978		
6. 成績評価の方法 試験を60%、出席を20%、レポートを20%の比率とする。		
7. その他 商学部設置科目「多文化共生と企業」(英語による授業)を本科目に読み替えて履修することができます。 商学部設置科目の詳細は2011年度商学部シラバスを参照してください。読み替えについての詳細は2011年度経営学部履修の手引を参照してください。		

国際経営史 A		服部哲郎
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 本講義では、過去 2 世紀の間に、どのようにしてグローバル資本主義が進展してきたのかを、多国籍企業活動に焦点をあてて検討する。 資本主義はどのようにして世界経済を支える支柱としてグローバル化を果たし得たのであろうか？その仕組みに各国首脳および経済人が賛同を示し、理念として普及するに至ったとは思われない。現実の実相を映す有効な経済メカニズムとして、普及したと考えるべきであろう。では、各国で資本主義が確立する過程において媒介役を果たし、国際的な経済活動を推進した主体は何であったのだろうか？本講義ではその答を多国籍企業に求める。国際的な投資、貿易、国境を越えた知識の伝播は多国籍企業によって実践され、それが資本主義を広く世界経済に浸透せしめたのだと位置づける。 <到達目標> 多国籍企業の歴史的進化過程の理解を深めることを通じて得たグローバル化の本質と動態を見定める視点を介し、今後の世界経済の動向を自ら考察できる。		
2. 授業内容 第 1 回 ガイダンス、講義の概要 第 2 回 グローバリゼーションに関する諸議論の整理 第 3 回 多国籍企業概念と論理(1)所有優位と競争優位 第 4 回 多国籍企業概念と論理(2)内部化理論と知識ベース理論 第 5 回 多国籍企業とグローバリゼーションの歴史変遷(1) 第 6 回 多国籍企業とグローバリゼーションの歴史変遷(2) 第 7 回 多国籍企業とグローバリゼーションの歴史変遷(3) 第 8 回 グローバル経済の復興過程 第 9 回 新グローバル経済はボーダーレスか地域主義か 第 10 回 多国籍企業と天然資源(1)再生可能資源と再生不能資源 第 11 回 多国籍企業と天然資源(2)成長の決定要因 第 12 回 多国籍企業と天然資源(3)取引コスト理論に基づく成長の検討 第 13 回 多国籍企業と天然資源(4)資源開発利権協定と政治 第 14 回 多国籍企業活動をめぐる要点の再確認		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <準備学習> 予習は特に必要としないが、受講後、指定教科書を読み込むことが望ましい。		
4. 教科書 ジェフリー・ジョーンズ著、安室憲一・梅野巨利訳『国際経営講義』有斐閣、2007年。		
5. 参考書 授業中、適宜指示する。		
6. 成績評価の方法 出席点および定期試験の総合点で評価する。出席回数が 9 回を超えるごとに出席点を付け、定期試験の取得点数に加算する。第 9 回～第 11 回は各 3 点(計 9 点)、第 12 回～第 13 回は各 4 点(計 8 点)とする。これにより、合計 17 点分を出席点で取得することができる。残りの 83 点を定期試験での取得点数とする。		
7. その他 授業の進行程度にもよるが、余裕がある時は新聞および雑誌の記事、テレビのニュース報道などから経営・経済関連のトピックを簡単に紹介する予定。		

国際経営史 B		服部哲郎
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 本講義のねらいは、グローバリゼーションの核心をなす多国籍企業の歴史的進化過程への理解を深めることにある。 国際経営史 A では、グローバル資本主義のなかで多国籍企業の果たす役割と歴史的な文脈を確認し、多国籍企業がいかに国境を越えて天然資源への投資を展開し、市場機会を見出し、価値創造を行ってきたのか、そのやり方を検討した。これを受け、国際経営史 B では、他産業領域、すなわち製造業およびサービス業での取り組みの様相を詳細に検討する。さらに、多国籍企業の経済的・社会的・政治的な影響力はどれほどのものであったのか、多国籍企業は成長のエンジン足りうるのか、これらの歴史的証左の検討も行う。 <到達目標> 多国籍企業活動に基づくグローバリゼーションの歴史過程への理解を深めることを介し、激動の時代といえる今日を、自ら見定める視座を得ることを目標とする。		
2. 授業内容 第 1 回 ガイダンス、講義の概要、国際経営史 A の要点整理 第 2 回 製造業における多国籍化：起源と成長 第 3 回 成長の決定要因：所有要因と立地要因、内部化と知識移転 第 4 回 戦間期のカルテル、製造業における多国籍活動の再生 第 5 回 自動車産業における多国籍企業活動 第 6 回 製造業における市場の統合、アウトソーシングと自由貿易経済 第 7 回 サービス業と多国籍企業：起源と成長 第 8 回 サービス業の進展：貿易商社、金融、エネルギーと通信、公益事業 第 9 回 多国籍活動の成長を決定する要因(1) 第 10 回 多国籍活動の成長を決定する要因(2) 第 11 回 新たなサービス産業：専門的法人向けサービス、多国籍銀行業 第 12 回 多国籍企業の影響力の評価(1) 第 13 回 多国籍企業の影響力の評価(2)知識、資本、雇用の移転 第 14 回 まとめ：多国籍企業は成長のエンジンなのか？		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <準備学習> 予習は特に必要としないが、受講後、指定教科書を読み込むことが望ましい。		
4. 教科書 ジェフリー・ジョーンズ著、安室憲一・梅野巨利訳『国際経営講義』有斐閣、2007年。		
5. 参考書 授業中、適宜指示する。		
6. 成績評価の方法 出席点および定期試験の総合点で評価する。出席回数が 9 回を超えるごとに出席点を付け、定期試験の取得点数に加算する。第 9 回～第 11 回は各 3 点(計 9 点)、第 12 回～第 13 回は各 4 点(計 8 点)とする。これにより、合計 17 点分を出席点で取得することができる。残りの 83 点を定期試験での取得点数とする。		
7. その他 授業の進行程度にもよるが、時間に余裕がある場合には新聞および雑誌の記事、テレビのニュース報道などから経営・経済関連のトピックを簡単に紹介する予定。		

日本経営論 A 日本経営論 I [2009年度以前入学者用]		東 條 由紀彦
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 日本企業における昇進や給料は「年功序列」に基づき、西欧諸外国や米国では「能力主義」に基づく、と長らくいわれてきた。けれども日本企業の実在のシステムをリアルに見ていくと、日本企業が、「能力」や「地位」(差別や秩序)に対しての、驚くほどの緊張関係=攻撃性を内に「包み込んで」いることがわかる。日本の企業社会の攻撃性と、それを包括的に代償する「柔らかさ」との関係、といったことを、諸君とともに考えてみたい。 <到達目標> 前期は、「職場レベルの組織構造」と、そこで「陰に陽にうごめいている力」に視点をすえて、これを試みる。		
2. 授業内容 第1講～第5講 I. 賃金 a. 対人給と仕事給 b. 新規学卒一括採用とキャリア形成 c. 査定と競争 第6講～第7講 II. 労使関係 第8講 III. 取引 第9講～第10講 IV. 生産 第11講～第12講 V. コーポレートガバナンス 第13講～第14講 VI. 「日本的経営」を成立させているもの		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 話は、基本的に「日米比較」「日欧比較」の形ですすめる。		
4. 教科書 特に指定しない。		
5. 参考書 特に指定しない。必要があれば授業中に示す。		
6. 成績評価の方法 基本的には期末に行われる定期試験の出来で成績は決まる(100%)。休み中に課されるレポートのようなものはない。但し、3～4回程度、諸君の学習のまとめと到達度の評価を兼ねて、予告なく授業時間中に「作文」を行う。「普通」に書けていれば、定期試験の成績に10～20点が加算される。		
7. その他 特にない。授業では、世間の常識に反する内容にも言及されるので、話を聞きに来ることをおすすめする。		

日本経営論 B 日本経営論 II [2009年度以前入学者用]		東 條 由紀彦
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 日本企業における昇進や給料は「年功序列」に基づき、西欧諸外国や米国では「能力主義」に基づく、と長らくいわれてきた。けれども日本企業の実在のシステムをリアルに見ていくと、日本企業が、「能力」や「地位」(差別や秩序)に対しての、驚くほどの緊張関係=攻撃性を内に「包み込んで」いることがわかる。日本の企業社会の攻撃性と、それを包括的に代償する「柔らかさ」との関係、といったことを、諸君とともに考えてみたい。 <到達目標> 後期は、こちらから諸君に語りかける「講義」の時間と、諸君が自ら考え語る時間とを設けて、これを試みる。日本企業における近日の具体的な動きを把握し、その意味を一步踏み込んで読み解く。		
2. 授業内容 第1講～第5講 I. 「日本的経営」といわれるものの現在 a. 勤勉さ b. 忠誠と恭順 c. 共同性(共同体・共同態) 第6講～第10講 II. 「日本的経営」を読み解く a. 支配 b. 合理性 c. 風土 d. 贈与論(市場・再分配・互酬) 第11講～第14講 III. 「日本的経営」の諸問題と可能性		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 前期を履修していることが望ましい。 <準備学習> グループ・ディスカッションも一部取り入れる予定のため、諸君の積極的な「参加」を求める。		
4. 教科書 特に指定しない。市中に出まわっている「日本的経営論」のテキストには書かれていないことに多く言及するから、話を聞きに来ることをおすすめする。		
5. 参考書 特に指定しない。必要があれば授業中に示す。		
6. 成績評価の方法 基本的には期末に行われる定期試験の出来で成績は決まる(100%)。休み中に課されるレポートのようなものはない。但し、3～4回程度、諸君の学習のまとめと到達度の評価を兼ねて、予告なく授業時間中に「作文」を行う。「普通」に書けていれば、定期試験の成績に10～20点が加算される。		
7. その他 授業内容で示した項目は、進行順序を必ずしも示さない。		

日本企業史		佐々木 聡
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 日本企業史では、日本の経営革新の担い手となった企業家に焦点をあてて、「革新」を生み出すにいたるプロセスとその波及効果を検証する。その際、企業家の資質形成などの主体的側面はもとより、経営環境やネットワークなどの客体的条件も併せて考察することによって、評価の客観性・歴史性に配慮することにした。また必要に応じて、海外の企業家の事例も比較史的に紹介することにした。 <到達目標> 日本の経営風土のなかで生まれた企業家の特徴を理解できる能力を身につけることを目標にした。		
2. 授業内容 I 企業史の方法と課題 (4 月) ①経営史学と企業史学の生成 ②企業家の主体的条件と経営構想力 II 幕末・維新期の企業家機会 (4 月) ①安田善次郎・浅野総一郎・大倉喜八郎 ②渋沢栄一と岩崎弥太郎・弥之助 (三菱) III 明治～昭和戦前期の新規事業 (5～6 月) ①初代長瀬富郎 (花王) と 2 代鈴木三郎助 (味の素) ②岩垂邦彦 (NEC) ③鮎川義介 (日産) と豊田喜一郎 (トヨタ) ④小林一三 (阪急・東宝) と堤康次郎 (西武) ⑤水野利八 (ミズノ) IV 戦後の企業家像 (6～7 月) ①本田宗一郎と藤沢武夫 (ホンダ) ②盛田昭夫と井深大 (ソニー) ③飯田亮 (セコム) ④中内功 (ダイエー) と鈴木敏文 (セブン・イレブン)		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 教室の事情によっては、履修者数制限を実施する。履修者選抜方法と成績評価の方法については、第 1 回の授業時に説明するので受講希望者は必ず初回の授業に出席すること。後期の「日本経営史」とあわせて受講することが望ましい。重要な通知は、Oh-Meiji のポータル・サイトで行うので注意すること。これを見なかったことや知らなかったことは、理由として受け付けない。 <準備学習> 授業予定の内容を指定テキストで予習することが望ましい。		
4. 教科書 佐々木聡編『日本の企業家群像』(丸善, 2001年), 佐々木聡編『日本の企業家群像Ⅱ』(丸善, 2003年), 佐々木聡編『戦後日本の企業家史』(有斐閣, 2001年), 佐々木聡『暮らしを変えた美容と衛生―福原有信(資生堂)・小林富次郎(ライオン)・長瀬富郎(花王)』(芙蓉書房, 2009年)		
5. 参考書 宮本又郎他編『日本経営史』(有斐閣, 1995年) 森川英正『トップマネジメントの経営史』(有斐閣, 1996年), 佐々木聡・藤井信幸編『情報と経営革新』(同文館, 1997年), 宇田川勝・中村青志編『マテリアル日本経営史』(有斐閣, 1999年), 佐々木聡『科学的管理法の日本的展開』(有斐閣, 1998年), 月刊「ABC」編集部編『彼の人に学ぶ』(富山房インターナショナル, 2005年), 佐々木聡『日本の流通の経営史』(有斐閣, 2007年)		
6. 成績評価の方法 小テスト (20%), 課題レポート (30%), 期末試験 (50%) とする。なお、課題レポートの提出は必要条件とするので、課題レポートが期限までに提出されない場合は、前記の評価基準や理由のいかんにかかわらず、自動的に不可とする。		
7. その他 自習による補足が必要とされるので、意欲的かつ自主的な学習姿勢が求められよう。		

日本経営史		佐々木 聡
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 江戸時代から現在にいたる企業経営の展開を、経営構想と戦略の策定、戦略と組織、財務・生産・販売・購買のシステム、人事・労務、研究開発、政府と財界団体の機能などの諸側面に分けて、多面的に検討することにした。また国際比較史・国際関係史的な検証も進めたい。 <到達目標> 日本の経営発展の諸側面を学ぶことによって、現代日本の企業システムの生成過程についての理解を深めるとともに、その近未来のあり方を展望する洞察力を培うことを目的とする。		
2. 授業内容 I 江戸期の商家経営 (9 月) II 会社制度の普及と近代企業の生成 (9 月) ①会社知識の導入と普及 ②工業化のスタートと会社制度の普及 ③政府の役割と機能 ④総合商社の生成と経営の国際展開 III 大企業体制の生成と展開 (10～11 月) ①財閥の形成とコンツェルン体制への展開 ②新興事業と新興コンツェルンの発展 ③戦時下の企業経営 ④財閥解体と集中排除 IV 戦後の企業発展と今日的課題 (12～1 月) ①戦後復興と企業グループの再編 ②高度成長と「戦後型」企業 ③ 3 大メガ・バンク体制		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 教室の事情によっては、履修者数制限を実施する。履修者選抜方法と成績評価の方法については、第 1 回の授業時に説明するので、受講希望者は初回授業に必ず注意すること。課題レポートなどの重要な通知は、Oh-Meiji のポータル・サイトで行うので注意すること。これを見なかったとか、知らなかったというのは、理由として受け付けない。課題レポートを所定の書式と内容で指示通りに提出しなかった場合は、理由のいかんにかかわらず、単位取得は不可とする。 <準備学習> 授業予定の内容を『マテリアル日本経営史』で十分に予習しておくこと。		
4. 教科書 宇田川勝・中村青志編『マテリアル日本経営史』(有斐閣, 1999 年) ※授業時の説明で、毎回、使用するので、受講者は必ず購入してください。		
5. 参考書 佐々木聡編『日本の企業家群像』(丸善, 2001年), 佐々木聡編『日本の企業家群像Ⅱ』(丸善, 2003年), 佐々木聡編『戦後日本の企業家史』(有斐閣, 2001年), 宮本又郎他『日本経営史』(有斐閣, 1995年), 森川英正『トップマネジメントの経営史』(有斐閣, 1996年), 佐々木聡・藤井信幸編『情報と経営革新』(同文館, 1997年), 宇田川勝・中村青志編『マテリアル日本経営史』(有斐閣, 1999年), 佐々木聡『科学的管理法の日本的展開』(有斐閣, 1998年), 月刊「ABC」編集部編『彼の人に学ぶ』(富山房インターナショナル, 2005年), 佐々木聡『日本の流通の経営史』(有斐閣, 2007年)		
6. 成績評価の方法 出欠点 (30% : ただし授業実施回数の半分以上出欠の場合は自動的に単位取得不可とする), 小テスト+課題レポート (30%), 期末試験 (40%) とする。なお、課題レポートの提出は必要条件とするので、課題レポートが期限までに提出されない場合は、前記の評価基準にかかわらず、自動的に単位取得は不可とする。		
7. その他 自習による補足が必要とされるので、意欲的かつ自主的な学習姿勢が求められよう。		

Comparative Business Management A 〔2007年度以降入学者対象〕		IGUCHI Chie
Credits: 2	First (Spring) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives 〈Outline〉 This course introduces the concept and theory in the field of strategic management and related international business theory to help students understand the theoretical foundations of strategic management, its processes, tools and implementation within corporations. Within the framework given above, we are going to compare different characteristics which can be observed and different case studies by Multinational Enterprises from various home countries. We are going to use cases of MNEs from Japan, South Korea, Taiwan and their behaviors in Thailand, Malaysia, Singapore and China. We are also going to look at American and European companies' behavior in host Asian countries, such as Japan, Thailand and Malaysia.		
2. Course Content Lecture 1: Introduction Lecture 2: Theory of Foreign Direct Investment (FDI) and Multinational Enterprises (MNEs) Lecture 3: The Societal Environment and Economic Development Lecture 4: National Cultures and Management Lecture 5: Awareness of Competitive Advantages of MNEs Lecture 6: Strategic Management Process of MNEs Lecture 7: MNEs with Low-cost provider strategies Lecture 8: MNEs with Differentiation Strategies Lecture 9: Resource Based View of MNEs Lecture 10: Five Forces Lecture 11: Value Chain Lecture 12: Strategies for Competing in Global Markets (1) Lecture 13: Strategies for Competing in Global Markets (2) Lecture 14: Strategies for Competing in Global Markets (3)		
3. Further Information 〈Registration Requirements〉 All students are welcome but you are advised to have at least TOEIC 500 to take this course. In every class, you are going to discuss issues and topics given in the class in English.		
4. Textbook (s) Carla I. Koen, Comparative International Management, McGraw-Hill, 2005.		
5. Reference Book (s) Detailed reading list will be given in the first class.		
6. Assessment Final grading system will be decided in the first class based on the number of students. Here is a tentative grading system. Participation: 5% Case study Analysis or Presentation: 30% Mid-term exam: 25% Final exam: 40%		
7. Others 本授業は国際教育プログラム「基幹科目(経済)Ⅰ」としても開講しています。詳細は、「国際教育プログラム」シラバスを参照してください。		

Comparative Business Management B 〔2007年度以降入学者対象〕		IGUCHI Chie
Credits: 2	Second (Fall) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives 〈Outline〉 This course examines innovation strategies and management that enhance innovative capabilities of companies. We are going to examine how Multinational Enterprises (MNEs) are coping with competitors in the global market, using innovation strategies. It also covers knowledge creation management, which has become critical in the 21st century to secure dynamic organizational capabilities, and national innovation systems of a country. Within the framework given above, we are going to compare different characteristics which can be observed and different case studies by Multinational Enterprises from various home countries. We are going to use cases of MNEs from various countries and examine their innovative behavior in the global market.		
2. Course Content Lecture 1: Introduction Lecture 2: Theory of Foreign Direct Investment (FDI) and Multinational Enterprises (MNEs) Lecture 3: Strategic Management Process of MNEs Lecture 4: Innovation Strategies Lecture 5: Managing Resources: Production Management (1) Lecture 6: Managing Resources: Production Management (2) Lecture 7: Managing Resources: National Innovation Systems (1) Lecture 8: Managing Resources: National Innovation Systems (2) Lecture 9: Intellectual Property Rights Lecture 10: Global R&D (Research and Development) (1) Lecture 11: Global R&D (Research and Development) (2) Lecture 12: Global R&D (Research and Development) (3) Lecture 13: Knowledge Management Process (1) Lecture 14: Knowledge Management Process (2)		
3. Further Information 〈Registration Requirements〉 All students are welcome but you are advised to have at least TOEIC 500 to take this course. In every class, you are going to discuss issues and topics given in the class in English.		
4. Textbook (s) Tid, J., J. Bessant, and K. Pavitt (1997), Managing Innovation, Wiley. Kim, L and Nelson, R.R. (2000), Technology, Learning, and Innovation: Experiences of Newly Industrializing Economies, Cambridge University Press		
5. Reference Book (s) Carla I. Koen, Comparative International Management, McGraw-Hill, 2005. Nelson, R. (1993), National Innovation Systems, Oxford University Press Lundvall, B, P. Intarakumnerd, J. Vang (2006), Asia's Innovation Systems in Transition, Edward Elgar Publishing Detailed reading list will be given in the first class.		
6. Assessment Final grading system will be decided in the first class based on the number of students. Here is a tentative grading system. Participation: 5% Case study Analysis or Presentation: 30% Mid-term exam: 25% Final exam: 40%		
7. Others 本授業は国際教育プログラム「基幹科目(経済)Ⅱ」としても開講しています。詳細は、「国際教育プログラム」シラバスを参照してください。		

Comparative Management (America) A		YOKO Shinji
Credits: 2	First (Spring) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives <Outline> With evolution of the Internet and globalization of the economy, the world market is becoming to be only one, where still exists differences of the language, culture, business practice and law. The American business model has been forced to be a Global one. This course aims to provide to the students how to manage the global business, bridging the gap of time and distance. The course will introduce the practical business cases and share the thoughts with students about the method of solutions of each case. Students are expected to put themselves in the cases and discuss with groups with their own ideas, then to make the presentation in front of other students. Goal is to foster the capability of students to manage the global business with the knowledge of basic theory of the management. <Objectives> (1) To understand and become capable to utilize the basic model of management concept to interface differences of the Area, Company and Market Field. (2) To understand and become capable to manage the various solution of practical business cases of the different Area, Company and Market Field. (3) To touch and digest one of the best fit business model for Global Market, "Multi-dimensional Matrix Management System" (MMM System) developed and successfully utilized by TDK Corporation.		
2. Course Content Following 6 part (subject) will be presented partially in the 1st and 2nd half of the semester. PART 1 Introduction to Management PART 2 Strategic Business Model PART 3 Characteristics of Management by Area PART 4 Characteristics of Management by Market Field PART 5 Cross Cultural Management PART 6 Multi-dimensional Matrix Management System (MMM System) 1. Management of Global Market (PART 1) 2. Objective Management (PART 2) 3. Designing Organization-1 (PART 2) 4. Case of EU Unification (PART 3) 5. Risk Propensity, Workshop (PART 5) 6. Introduction of Cross Cultural Model-1 (PART 5) 7. Ubiquitous Network Society (PART 2) 8. Case of Market Field (PART 4) 9. Case of Market Field (PART 4) 10. Supply Chain Management-1 (PART 2) 11. Supply Chain Management-2 (PART 2) 12. Decision Making Style, Workshop (PART 5) 13. MMM System (PART 6) 14. MMM System (PART 6)		
3. Further Information <Registration Requirements> To participate to the class is most important. Whole classes will be simulated to the real business environment and all students are requested to behave as if they were at the business meeting. Updated Business Topics like China issue will be discussed at the class, inviting the related foreign business peoples or business persons who are actually in that business taking the advantage of lecturer who is still engaged in practical global business. <Course Preparations> Read the cases for the discussion which will be in the Oh-o Meiji Web site. Cases will be by groups and students have to make the close contact to communicate their members of the group in order to finalize their cases. Communication skill and leadership in the group is also trained through the class.		
4. Textbook (s) Necessary teaching materials will be attached at material column (資料) of Oh-o Meiji Intranet. Students are requested to down load the material and read before the class.		
5. Reference Book (s) 1. "The Balanced Scorecard" by Robert S. Kaplan, David P. Norton published by Harvard Business School Press 2. "Theory of Strategic Management with cases" 9th edition by Jones Hill, published by South-Western Cengage Learning This book is used for the case discussion only		
6. Assessment Test (40/100), Class participation & Manner (40/100), Attendance (20/100) This class is to simulate the real business environment and the behavior and business manner are also evaluated as class participation & manner (40/100)		
7. Others Lecture will be in English but for the students who can not understand well enough will be explained in Japanese too, for the key points for better understandings but it depends on the subject. Theory part will be 1/4 and practical case will be 3/4.		

Comparative Management (America) B		YOKO Shinji
Credits: 2	Second (Fall) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives <Outline> With evolution of the Internet and globalization of the economy, the world market is becoming to be only one, where still exists differences of the language, culture, business practice and law. The American business model has been forced to be a Global one. This course aims to provide to the students how to manage the global business, bridging the gap of time and distance. The course will introduce the practical business cases and share the thoughts with students about the method of solutions of each case. Students are expected to put themselves in the cases and discuss with groups with their own ideas, then to make the presentation in front of other students. Goal is to foster the capability of students to manage the global business with the knowledge of basic theory of the management. <Objectives> (1) To understand and become capable to utilize the basic model of management concept to interface differences of the Area, Company and Market Field. (2) To understand and become capable to manage the various solution of practical business cases of the different Area, Company and Market Field. (3) To touch and digest one of the best fit business model for Global Market, "Multi-dimensional Matrix Management System" (MMM System) developed and successfully utilized by TDK Corporation.		
2. Course Content Following 6 part (subject) will be presented partially in the 1st and 2nd half of the semester. PART 1 Introduction to Management PART 2 Strategic Business Model PART 3 Characteristics of Management by Area PART 4 Characteristics of Management by Market Field PART 5 Cross Cultural Management PART 6 Multi-dimensional Matrix Management System (MMM System) 1. Evolution of Management Thinking (PART 1) 2. Designing Organization-2 (PART 2) 3. Case of Area (PART 3) 4. Case of Area (PART 3) 5. Case of Market Field (PART 4) 6. Case of Market Field (PART 4) 7. Role Clarity, Workshop (PART 5) 8. Introduction of Cross Cultural Model-2 (PART 5) 9. Environmental Management (PART 2) 10. Case of Area (PART 3) 11. Case of Area (PART 3) 12. Case of Area (PART 3) 13. Value of Time, Workshop (PART 5) 14. MMM System (PART 6)		
3. Further Information <Registration Requirements> To participate to the class is most important. Whole classes will be simulated to the real business environment and all students are requested to behave as if they were at the business meeting. Updated Business Topics like China issue will be discussed at the class, inviting the related foreign business peoples or business persons who are actually in that business taking the advantage of lecturer who is still engaged in practical global business. <Course Preparations> Read the cases for the discussion which will be in the Oh-o Meiji Web site. Cases will be by groups and students have to make the close contact to communicate their members of the group in order to finalize their cases. Communication skill and leadership in the group is also trained through the class.		
4. Textbook (s) Necessary teaching materials will be attached at material column (資料) of Oh-o Meiji Intranet. Students are requested to down load the material and read before the class.		
5. Reference Book (s) 1. "The Balanced Scorecard" by Robert S. Kaplan, David P. Norton published by Harvard Business School Press 2. "Theory of Strategic Management with cases" 9th edition by Jones Hill, published by South-Western Cengage Learning This book is used for the case discussion only		
6. Assessment Test (40/100), Class participation & Manner (40/100), Attendance (20/100) Note; This class is to simulate the real business environment and the behavior and business manner are also evaluated as class participation & manner (40/100)		
7. Others Lecture will be in English but for the students who can not understand well enough will be explained in Japanese too, for the key points for better understandings but it depends on the subject. Theory part will be 1/4 and practical case will be 3/4.		

比較経営論(西欧) A		清水一之
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> ●講義のテーマ:「日本と EU 企業のコーポレート・ガバナンス比較—CSR 戦略—」 ●講義概要: 2008年のリーマン・ショック以降の日本経済は、プラス成長が見込まれるものの回復は緩やかです。その一方で新興国 BRIC's の高成長はめざましい状況です。このような世界経済の状況の中で、日本経済が進むべき道は何であるのかが問われ始め、特に経営に関しては、日本の国家戦略と関わって日本企業の「コーポレート・ガバナンス(Corporate Governance—企業統治—)」の議論が注目されています。 コーポレート・ガバナンスの目的は、「競争力強化(アクセル)」と「不祥事防止(ブレーキ)」ですが、2008年の金融恐慌を境に、経済にブレーキをかける市場規制策が矢継ぎ早に講じられています。しかしながら、企業を取り巻く環境は大きく変化しており、BRIC's における所得中間層が購買力を持ち始め、製品のシンプル化といったような BOP 市場(ベース・オブ・ピラミッド: 年収3000ドル以下、全世界の人口の約7割、40億人を対象とした持続可能なビジネス)を攻略するための企業戦略が、必要とされています。この企業環境の変化に対応するためには、従来までの株式市場における自社の株価上昇を重視することから、再度、企業の存在理由を問う「ステークホルダー(利害関係者)」重視の CSR 経営、つまり社会の中でどのように企業が存在するべきかが問われています。このような市場環境の変化において EU 企業が元来もっていた「ソーシャル・ヨーロッパ(社会的欧州)」の概念が、日本企業の今後の経営戦略に有用な示唆を与えることが期待されています。 <到達目標> 本講義は、日本企業と欧州企業の経営の独自性を各国固有の「社会性」を規定する各種制度的条件(会社法・労使関係・資本市場など)と関連付けて理解するとともに、各国の企業経営の「社会的責任戦略(CSR 戦略)」の比較を通して、その同質性と異質性を明らかにしつつ、ここから今後の日本企業の進路に関して何らかの示唆を見つけ出すことを目的としています。		
2. 授業内容 そこで本講義では、EU 企業を理解する為、EU 企業の発生史、企業形態論に関する基礎的な知識、概念ならびに理論及び EU 企業を取り巻く環境について広く体系的に学習し、企業に必要な「社会性(ソーシャル・ヨーロッパ)」の重要性を理解します。(授業内容は進捗状況により若干の変更もあります) <前期—2010年度日程—> 第1回 オリエンテーション 第2回 比較制度分析(社会—技術システムとしての企業と制度) 第3回 ヨーロッパ経営学の発展 第4回 EU の歴史・経済1 第5回 EU の歴史・経済2 第6回 EU の歴史・経済3 第7回 EU の歴史・経済4 第8回 EU の経済・通貨統合1 第9回 EU の経済・通貨統合2 第10回 EU の経済モデルと EU 企業ヨーロッパ企業論1 第11回 EU の経済モデルと EU 企業ヨーロッパ企業論2 第12回 ヨーロッパの中堅企業 第13回 欧州会社 第14回 ドイツ: ボルシェ SE・フォルクスワーゲン AG 第15回 前期テスト (講義では、ビデオ等の視覚教材も使用します)		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 履修学生は、時間厳守の出席、並びに、西欧企業について特別な好奇心を持って、受講してもらいたい。このことから新しい発想を得ようという創造的な態度が生まれ、西欧における企業経営のエッセンスを日本の経営に適応し、皆さんが社会人となったときに一助になることを願いたい。加えて、適時出席カードならびに講義感想レポートを取ることで、出席をすることが履修の前提となる。 <準備学習> EU に関する新聞記事を毎講義前に読んでもらいたい。		
4. 教科書 ●高橋俊夫監修『コーポレート・ガバナンスの国際比較—米、英、独、仏、日の企業と経営—』中央経済社、2004年 ●高橋俊夫監修『EU 企業論—体制・戦略・社会性—』中央経済社、2008年		
5. 参考書 ●高橋俊夫監修『比較経営論 アジア・ヨーロッパ・アメリカの企業と経営』税務経理協会、2002年 ●ライナー・ツゲヘア著 風間信隆監訳、風間信隆、松田 健、清水一之訳『ライン型資本主義の将来』文真堂、2008年		
6. 成績評価の方法 最後の講義での筆記試験(60%)および各回の出席回数(40%)に基づき総合評価を行う。		
7. その他 講義は、特定のテキストに沿う形で行われるわけではないので、講義に出席することなしには単位の修得は期待できません。講義をきちんと聴き、そこで得られた問題関心を自ら学習し深めるなかで、はじめて正確な知識と論理的思考能力を身に付けることができると考えられます。		

比較経営論(西欧) B		清水一之
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> ●講義のテーマ:「日本と EU 企業のコーポレート・ガバナンス比較—CSR 戦略—」 ●講義概要: 2008年のリーマン・ショック以降の日本経済は、プラス成長が見込まれるものの回復は緩やかです。その一方で新興国 BRIC's の高成長はめざましい状況です。このような世界経済の状況の中で、日本経済が進むべき道は何であるのかが問われ始め、特に経営に関しては、日本の国家戦略と関わって日本企業の「コーポレート・ガバナンス(Corporate Governance—企業統治—)」の議論が注目されています。 コーポレート・ガバナンスの目的は、「競争力強化(アクセル)」と「不祥事防止(ブレーキ)」ですが、2008年の金融恐慌を境に、経済にブレーキをかける市場規制策が矢継ぎ早に講じられています。しかしながら、企業を取り巻く環境は大きく変化しており、BRIC's における所得中間層が購買力を持ち始め、製品のシンプル化といったような BOP 市場(ベース・オブ・ピラミッド: 年収3000ドル以下、全世界の人口の約7割、40億人を対象とした持続可能なビジネス)を攻略するための企業戦略が、必要とされています。この企業環境の変化に対応するためには、従来までの株式市場における自社の株価上昇を重視することから、再度、企業の存在理由を問う「ステークホルダー(利害関係者)」重視の CSR 経営、つまり社会の中でどのように企業が存在するべきかが問われています。このような市場環境の変化において EU 企業が元来もっていた「ソーシャル・ヨーロッパ(社会的欧州)」の概念が、日本企業の今後の経営戦略に有用な示唆を与えることが期待されています。 <到達目標> 本講義は、日本企業と欧州企業の経営の独自性を各国固有の「社会性」を規定する各種制度的条件(会社法・労使関係・資本市場など)と関連付けて理解するとともに、各国の企業経営の「社会的責任戦略(CSR 戦略)」の比較を通して、その同質性と異質性を明らかにしつつ、ここから今後の日本企業の進路に関して何らかの示唆を見つけ出すことを目的としています。		
2. 授業内容 後期の講義内容は、前期(後期からの受講可)における講義を進展させ、具体的な EU 企業を紹介しながら EU 企業の CSR 戦略、特に「ソーシャル・ヨーロッパ」の重要性を理解します。(授業内容は進捗状況により若干の変更もあります) <後期> 第1回 オリエンテーション: 本講義の概要 第2回 コーポレート・ガバナンスと「企業の社会的責任(CSR)」 第3回 EU と企業の社会性 第4回 EU/日本の企業経営 第5回 アメリカにおける企業経営 第6回 イギリス(ロイヤル・ダッチ・シェル) 第7回 ドイツ(フォルクスワーゲン) 第8回 ドイツ(「ライン型資本主義の将来1」) 第9回 ドイツ(「ライン型資本主義の将来2」) 第10回 ノルウェー(スタトイル) 第11回 デンマーク(レゴ) 第12回 汎 EU (エアバス) 第13回 コーポレート・ガバナンスの展望と課題 第14回 講義のまとめ 第15回 定期試験 (講義では、ビデオ等の視覚教材も使用します)		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 履修学生は、時間厳守の出席、並びに、西欧企業について特別な好奇心を持って、受講してもらいたい。このことから新しい発想を得ようという創造的な態度が生まれ、西欧における企業経営のエッセンスを日本の経営に適応し、皆さんが社会人となったときに一助になることを願いたい。加えて、適時出席カードならびに講義感想レポートを取ることで、出席をすることが履修の前提となる。 <準備学習> EU に関する新聞記事を毎講義前に読んでもらいたい。		
4. 教科書 ●高橋俊夫監修『コーポレート・ガバナンスの国際比較—米、英、独、仏、日の企業と経営—』中央経済社、2004年 ●高橋俊夫監修『EU 企業論—体制・戦略・社会性—』中央経済社、2008年		
5. 参考書 ●高橋俊夫監修『比較経営論 アジア・ヨーロッパ・アメリカの企業と経営』税務経理協会、2002年 ●ライナー・ツゲヘア著 風間信隆監訳、風間信隆、松田 健、清水一之訳『ライン型資本主義の将来』文真堂、2008年		
6. 成績評価の方法 最後の講義での筆記試験(60%)および各回の出席回数(40%)に基づき総合評価を行う。		
7. その他 講義は、特定のテキストに沿う形で行われるわけではないので、講義に出席することなしには単位の修得は期待できません。講義をきちんと聴き、そこで得られた問題関心を自ら学習し深めるなかで、はじめて正確な知識と論理的思考能力を身に付けることができると考えられます。		

比較経営論(ロシア・東欧) A		一ノ渡 忠 之
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> ロシア・東欧の企業経営 現代の企業経営は、世界中である程度共通化しているが、同時に国・社会による個別性もある。その共通性と個別性を理解することが比較経営論の目的である。本講義では、ロシア・東欧の企業経営を素材とする。比較経営論 A では、今日 BRICS の一角をなす新興経済国であり、エネルギー大国である、ソ連・ロシアの企業経営について講義を行う。 <到達目標> 今日のロシアは、資源を中心として、日本経済の重要なパートナーとなりつつある。そのロシアの経済・企業事情を把握し、市場経済の本質を理解することを目標とする。		
2. 授業内容 第1回 インTRODakション～今日のロシア概要～ 第2回 ソ連社会主義システムとは何か？ 第3回 ソ連社会主義企業システムとその改革(1) 第4回 ソ連社会主義企業システムとその改革(2) 第5回 ソ連社会主義企業システムとその改革(3) 第6回 ゴルバチョフ時代のソ連企業(1) 第7回 ゴルバチョフ時代のソ連企業(2) 第8回 エリツィン時代のロシア企業(1) 第9回 エリツィン時代のロシア企業(2) 第10回 プーチン政権下のロシア企業(1) 第11回 プーチン政権下のロシア企業(2) 第12回 プーチン政権下のロシア企業(3) 第13回 最近のロシア企業 第14回 結論 第15回 定期試験		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> ロシア・東欧、社会主義など、日本の日常のなかではあまり触れることのないことについて、まず素直に勉強しようという好奇心、そこから新しい発想を得ようという創造的な態度が期待される。 <準備学習> 本講義では、講義前に、教科書及び参考書を一読しておくのが望ましい。また、講義中に参考文献などを紹介、指定するので、復習も心掛けてほしい。		
4. 教科書 加藤志津子『市場経済移行期のロシア企業』文眞堂、2006年。		
5. 参考書 マルコム・ウォーナーほか『移行経済諸国のマネジメント』昭和堂、2007年。		
6. 成績評価の方法 定期試験(70点)、中間試験(30点)の合計得点に平常点を加算する。履修者100名未満の場合はその得点をそのまま評点とするが、履修者100名以上の場合は相対評価により評点を算出する。		
7. その他 授業に関する質問は、講義後の時間に直接受け付ける。		

比較経営論(ロシア・東欧) B		一ノ渡 忠 之
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> ロシア・東欧の企業経営 現代の企業経営は、世界中である程度共通化しているが、同時に国・社会による個別性もある。その共通性と個別性を理解することが比較経営論の目的である。本講義は、ロシア・東欧の企業経営を素材とする。比較経営論 B では、社会主義計画経済体制から市場経済体制への移行を目指す、ロシア・東欧さらには他の移行諸国の企業経営について講義を行う。 <到達目標> 今日のロシア・東欧、その他のアジア移行諸国は、日本経済にとって重要なパートナーとなりつつある。これら移行諸国の経済・企業事情を把握し、市場経済の本質を理解することを目標とする。		
2. 授業内容 第1回 インTRODakション 第2回 移行経済諸国とは何か？ 第3回 移行諸国の経済の現状 第4回 中欧諸国の経済と経営 第5回 南東欧諸国の経済と経営 第6回 移行諸国企業の多国籍企業化(1) 第7回 移行諸国企業の多国籍企業化(2) 第8回 ロシアの経済と経営(1) 第9回 ロシアの経済と経営(2) 第10回 中国の経済と経営(1) 第11回 中国の経済と経営(2) 第12回 ベトナムの経済と経営(1) 第13回 ベトナムの経済と経営(2) 第14回 結論 第15回 定期試験		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> ロシア・東欧、社会主義など、日本の日常のなかではあまり触れることのないことについて、まず素直に勉強しようという好奇心、そこから新しい発想を得ようという創造的な態度が期待される。 <準備学習> 本講義では、講義前に、教科書及び参考書を一読しておくのが望ましい。また、講義中に参考文献などを紹介、指定するので、復習も心掛けてほしい。		
4. 教科書 ウォーナーほか『移行経済諸国のマネジメント』昭和堂、2007年。		
5. 参考書 加藤志津子『市場経済移行期のロシア企業』文眞堂、2006年。		
6. 成績評価の方法 定期試験(70点)、中間試験(30点)の合計得点に平常点を加算する。履修者100名未満の場合はその得点をそのまま評点とするが、履修者100名以上の場合は相対評価により評点を算出する。		
7. その他 授業に関する質問は、講義後の時間に直接受け付ける。		

比較経営論(中国) A		郝 燕 書
2 単位	半期(前期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 一国の経済発展はその国の産業競争力に関わるものである。経済発展とともに企業や企業構造はどのように進化していくのか、逆に制度としての企業の発展が経済発展をどのように支えて行くのか、経済・経営発展論の一つの座標軸に、中国企業および東アジア諸国の企業の比較を通じて一般的な枠組みを提示し、個別の具体的な経験を検証しようとする。講義は以上の内容を中心に行い、経済発展と企業進化の相互関係という視点から、特に日本、中国、韓国の自動車と電機産業に焦点を当て、三国の産業競争力の関係を分析し、共に成長するという Win-Win の関係を構築する可能性を探る。 <到達目標> 中国経済の飛躍的發展を俯瞰しアジア諸国と比較しながら、中国の企業経営および経営文化等の諸側面を学び、その諸特質についての理解を深めることによって諸君の国際感覚を培うことを目的とする。		
2. 授業内容 1 ガイダンス 2 日本・中国・韓国の比較 3 中日貿易構造と産業競争力 4 中国自動車産業の競争力 5 中国民族系メーカーの台頭 6 中国電機企業の創新能力の形成 7 韓国自動車産業の進化 8 現代自動車の海外生産 9 三星電子の競争力 10 LG 電子のグローバル戦略 11 日中韓産業協調関係の構築 12 経済発展と企業の進化 13 台湾における企業発展とその特徴 14 韓国における経営発展		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 基礎中国語の履修が望ましい。		
4. 教科書 上山邦雄等『日中韓 産業競争力構造の実証分析——自動車・電機産業における現状と連携の可能性』創成社、2011年		
5. 参考書 講義時に指定する		
6. 成績評価の方法 出席・授業参加態度40％，レポート30％，最終テスト30％		
7. その他		

比較経営論(中国) B		郝 燕 書
2 単位	半期(後期)	3・4 年次
1. 授業の概要・到達目標 <概要> 後期には二部に分けて講義を進める。前半は外資系企業・日本人の中国での活躍の事例研究を中心に講義を行う。特に日本等先進各国企業の中国への進出およびその経営管理方式の移転、人材育成に焦点を当て、日本企業がどのようにして現地の環境と文化に適応し、どのようにして人材育成に力をいれているのか、それによってその経営と管理方式の優位性をどのように発揮しているのかを考察する。後半は、体制移行と企業発展との関係について取り扱い、国営企業の民営化はなぜ行われたのか、どのような効果があるのか、経済理論的に民営化の意味を探るとともに、その必要性和有効性を論証しようとする。 <到達目標> 中国で事業展開している日本人の成功事例を通じて、異文化経営における信頼関係の構築の秘訣を学び、将来、グローバルに活躍する諸君の国際感覚を培うことを目的とする。		
2. 授業内容 1 ガイダンス 2 異文化経営における信頼関係の構築 3 日本的経営の適用と適応(1) 4 日本的経営の適用と適応(2) 5 グローバルビジネスリーダーの条件 6 中国人と日本人の価値観の比較 7 日系企業の人材マネジメント問題 8 中国で活躍する和僑の企業家精神 9 民営化の経済学：理論と実証 10 民営企業の事例研究 11 世界の民営化の推移とその問題点 12 移行経済国の民営化とその効果 13 中国における民営化とその特色 14 総括&展望		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 <履修上の注意> 基礎中国語の履修が望ましい。		
4. 教科書 講義時に指定する		
5. 参考書 講義時に指定する		
6. 成績評価の方法 出席・授業参加態度40％，レポート30％，最終テスト30％		
7. その他		

Transcultural Management A 〔2006年度以降入学者対象〕		YOKO Shinji
Credits: 2	First (Spring) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives <Outline> Our business environment has been forced to be globalized where we have to manage over the cultural diversity together with bridging the gap of time and distance. The course will try as much time as possible to debate the cases and present the solution in front of other students to foster the capability of communication with foreign peoples over their cultural differences. <Objectives> (1) To understand the differences of the culture and the business practice in each country, theoretically and practically. (2) To gain the ability to understand and express correctly the characteristics of Japanese culture and business practice compared with the one of other countries referring to the book of "Bushido" by Inazo Nitobe and Edo Genroku Culture by Tsunezo Tokugawa (18th generation of Shogun Tokugawa) (3) Management capability in the cultural diversity in our actual life and business.		
2. Course Content Following 4 part (subject) will be presented partially in the 1st and 2nd half of the semester. PART 1 Introduction of the nature of Global Business PART 2 Theoretical Model of Trans-cultural Management PART 3 Trans-cultural Management Workshop (Discussion and presentation) PART 4 Global Business Management over the Cultural Diversity 1. Business Environment of Global Market (PART 1) 2. Risk propensity (PART 3) 3. Kichiro Hayashi Model & Trompenaars Model (PART 2) 4. Decision-making style (PART 3) 5. Verbal vs. Non-verbal communication (PART 3) 6. "Bushido, the soul of Japan" Inazo Nitobe (1)(PART 2) 7. Role clarity (PART 3) 8. Power structure (PART 3) 9. Communication and conflict resolution (PART 3) 10. Task vs. Relationship orientation (PART 3) 11. Attitude toward change (PART 3) 12. Business relationship time frame (PART 3) 13. Individual/Group relationship (PART 3) 14. Case introduction & review (PART 4)		
3. Further Information <Registration Requirements> To attend the class is most important. Very practical and realistic demonstration between the group as an exercise of Trans-cultural Management. Students will face the real negotiation, assuming the situation of different nationality. This course also aim to train the students to be capable to interface with the managers when they enter the companies. Lecturer will explain from his real business experience and often inviting the peoples from real business field from all over the world. Class is fully interactive with students and among students. <Course Preparations> Read the cases for the discussion which are in the Oh-o! Meiji Web. Also check the historical/cultural events through the Internet before the class		
4. Textbook (s) To be attached to the material column (資料) of Oh-o! Meiji. Students are requested to down load the text materials before the class.		
5. Reference Book (s) "Bushido" by Inazo Nitobe "Culture and Organizations, -software of mind-" by Hofsted, published by McGraw-hill International "異文化インターフェイス経営, Management of Cross-cultural Interface" by Kichiro Hayashi published by Nikkei "Riding the Waves of Culture" by Fons Trompenaars, McGraw-Hill "Beyond Culture" by Edward T. Hall, Anchor Books		
6. Assessment Presentation (30%), Test (30%), Participation and manner in class (20%), attendance (20%)		
7. Others All lectures will be done in English. At the Trans-cultural negotiation, students whose English skill might not be enough are also very much welcomed to express themselves even with using a body language. This class is aimed to simulate the practical business environment and lecturer would guide the students how to behave in the real business environment from his long time Global business experience.		

Transcultural Management B 〔2006年度以降入学者対象〕		YOKO Shinji
Credits: 2	Second (Fall) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives <Outline> Our business environment has been forced to be globalized where we have to manage over the cultural diversity together with bridging the gap of time and distance. The course will try as much time as possible to debate the cases and present the solution in front of other students to foster the capability of communication with foreign peoples over their cultural differences. <Objectives> (1) To understand the differences of the culture and the business practice in each country, theoretically and practically. (2) To gain the ability to understand and express correctly the characteristics of Japanese culture and business practice compared with the one of other countries referring to the book of "Bushido" by Inazo Nitobe and Edo Genroku Culture by Tsunezo Tokugawa (18th generation of Shogun Tokugawa) (3) Management capability in the cultural diversity in our actual life and business.		
2. Course Content Following 4 part (subject) will be presented partially in the 1st and 2nd half of the semester. PART 1 Introduction of the nature of Global Business PART 2 Theoretical Model of Transcultural Management PART 3 Transcultural Management Workshop (Discussion and presentation) PART 4 Global Business Management over the Cultural Diversity 1. Understanding the Diversity in Global Business (PART 1) 2. Conversation pace and use of silence (PART 3) 3. Value of time (PART 3) 4. Hall Model & Hofstede Model (PART 2) 5. "Edo Genroku Culture" by Tsunerari Tokugawa (PART 2) 6. Process vs. Results orientation (PART 3) 7. Emotional expressiveness (PART 3) 8. Formality (PART 3) 9. Work/Life balance (PART 3) 10. Independent action (PART 3) 11. Control over external environment (PART 3) 12. Teaching Style (PART 3) 13. Case introduction & review (PART 4) 14. Case introduction & review (PART 4)		
3. Further Information <Registration Requirements> To attend the class is most important. Very practical and realistic demonstration between the group as an exercise of Trans-cultural Management. Students will face the real negotiation, assuming the situation of different nationality. This course also aim to train the students to be capable to interface with the managers when they enter the companies. Lecturer will explain from his real business experience and often inviting the peoples from real business field from all over the world. Class is fully interactive with students and among students. <Course Preparations> Read the cases for the discussion which are in the Oh-o! Meiji Web. Also check the historical/cultural events through the Internet before the class		
4. Textbook (s) To be attached to the material column (資料) of Oh-o! Meiji. Students are requested to down load the text materials before the class.		
5. Reference Book (s) 1. "Bushido" by Inazo Nitobe 2. "Culture and Organizations-software of mid-" by Hofsted, published by McGraw-hill International 3. "異文化インターフェイス経営, Management of Cross-cultural Interface" published by Nikkei 4. "Riding the Waves of Culture" by Fons Trompenaars, McGraw-Hill 5. "Beyond Culture" by Edward T. Hall, Anchor Books		
6. Assessment Presentation (30%), Test (30%), Participation and manner in class (20%), attendance (20%)		
7. Others All lectures will be done in English. At the Trans-cultural negotiation, students whose English skill might not be enough are also very much welcomed to express themselves even with using a body language. This class is aimed to simulate the practical business environment and lecturer would guide the students how to behave in the business environment from his long time Global business experience.		

経営学特別講義A (テーマ：新興国と日本の国際経済関係 〈各国駐日大使による特別講義〉)		コーディネーター 安部悦生
2単位	半期(前期)	1・2・3・4年次 (駿河台開講)
1. 授業の概要・到達目標 〈概要〉 各国駐日大使による講義。それぞれの国の経営事情、問題点、また日本との経済関係についての説明と今後のあるべき姿を提示する。 国は、新興国、中堅国の大使による講義である。ラトヴィア、アルバニア、パラグアイ、ヴェネズエラ、ウクライナ、ジャマイカ、エジプト、バーレーンの8カ国を予定している。 また、世界的な視点からこれらの国の位置を探り、日本との関係を考えていく。なお経済、政治とも、世界は激動しているので、予定は変更される可能性もある。 〈到達目標〉 各国の経済事情、経営における問題点、今後の日本とそれらの国との経済関係についての理解を深める。 たとえば、ジャマイカにおけるコーヒー生産の国際的意義。		
2. 授業内容 1. コーディネーターによる説明(4月11日) 2. 中村裕講師による全般的説明(4月18日) 3. ラトヴィア大使による講義(4月25日) 4. アルバニア大使による講義(5月9日) 5. エジプト大使による講義(5月16日) 6. パラグアイ大使による講義(5月23日) 7. ヴェネズエラ大使による講義(5月30日) 8. ウクライナ大使による講義(6月6日) 9. ジャマイカ大使による講義(6月13日) 10. 南アフリカ大使による講義(6月20日) 11. バーレーン大使による講義(7月4日) 12. まとめと試験(7月11日) 英語による講義もあるので、英語の勉強にもなる。		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 〈履修上の注意〉 英語による講義もあるので、英語力を高めておくこと。 〈準備学習〉 各種の新聞、雑誌(『日経ビジネス』、『東洋経済』、『ダイヤモンド』など)を読んでおくこと。		
4. 教科書 なし。		
5. 参考書 なし。		
6. 成績評価の方法 出席30%。質問などによる授業への貢献30%。試験40%。		
7. その他 興味深い話が聞けると思うので、積極的な授業参加への態度が必須である。		

経営学特別講義B (テーマ：日中ビジネスの最前線)		コーディネーター 郝燕書
2単位	半期(後期)	1・2・3・4年次 (駿河台開講)
1. 授業の概要・到達目標 〈概要〉 世界経済が全体的に停滞・後退する中で、中国は高度経済成長を継続している。中国市場の成長にともなって日中ビジネスは新たな局面を迎えた。中国が成長市場と一言にいても、そのスピードや発展過程には様々な特性やリスクが内在するのも事実である。中国経済とその経営環境の特質や変化を理解しない限り、中国市場で一定の成果を収めることは難しい。本講義では、日中ビジネスの最前線に焦点を当て、その実態と現状を分析し、把握することを目的とする。 〈到達目標〉 実際に日中ビジネスの最前線に立つ経営管理者、研究に携わる研究者の方々に講師陣を迎え、日中ビジネスおよび産業発展の動向等に関する最新の情報や、独自の視点に基づく調査研究、経営管理における経営哲学、組織の作り方、人材マネジメント等の解説を通じて、多角的視点から日中ビジネスの最前線についての見識を深め、その特質を理解しようとする。		
2. 授業内容 1 09月21日 ガイダンス(郝燕書) 2 09月28日 異文化経営リーダーのための心得(クオリティマインド・代表 林徹彦) 3 10月05日 中国における日系企業の労務管理の実践について(パナソニック電工株式会社 電器事業本部 人事部 人事主担当 林洋祐) 4 10月12日 日系企業の従業員管理システム—総合家電メーカー系列企業の分析(大阪北地域労働者の会代表 濱田英次) 5 10月19日 中国LCD産業の発展と日本(株式会社ハイメック 電子本社 新規事業推進部 海外製液晶販売促進担当 赤松正之) 6 10月26日 中国の情報通信産業におけるローカル・メーカーの成長方式(三協国際特許事務所外国部部長 今道幸夫) 7 11月02日 環境ビジネスの戦略課題—中国天津に進出した日系リサイクル企業N社の事例から(関西中小工業協議会事務局員 小田利広) 8 11月09日 民营企业运用现代管理思想与方法的实践与体会(浙江郑泰汽轮有限公司副总经理 郭永福) 9 11月16日 中国民营企业的改革探索(郑泰集团有限公司总经理 郑东海) 10 11月30日 中小製造企業の中国展開を考える—経営資源に乏しい小規模企業を中心に—(仮)(寧波波進馬達有限公司総経理 津川礼至) 11 12月07日 日系企業の経営戦略と技術移転—広州本田の事例を中心に—(仮)(大阪市立大学講師 藤井正男) 12 12月14日 中国の郷鎮企業と地域コミュニティ(大阪市立大学大学院創造都市研究科教授李捷生) 13 12月21日 中国の若者事情—蟻族と下層知識青年(北京对外経済貿易大学外国語学部教授 姚莉萍) 14 1月11日 市場をもって技術と引き換える戦略の終焉(上海凱森投資控股公司副總裁 黃亞南) 15 1月18日 中国企業の新しい経営モデルの形成(上海凱森投資控股公司副總裁 黃亞南)		
3. 履修上の注意・準備学習の内容 〈履修上の注意点〉 始業後、10分過ぎたら入室できない(遅延証明書がある場合を除く) 〈準備学習〉 基礎中国語の履修が望ましい。		
4. 教科書 使用しない。毎回レジメを Oh-ol meiji によって配布する。		
5. 参考書 授業中、適宜、指示する。		
6. 成績評価の方法 出席と授業参加(発言等)50点、レポート50点		
7. その他 ビジネス最前線に立つ講師陣の都合により、講義の順番が変更する場合もある。		

Special Lectures on Business Management C 「Reality and Challenges of SME in Japan」		HASEGAWA Eiichi
Credits: 2	First (Spring) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives <Outline> This lecture would cover, a. the reality of business and owners of small and medium enterprise (SME) so defined in Japan, b. problems for which they are struggling, and c. background of the reality and problems. We would study, d. a consequence of how recent global economic imbroglia has impacted SME, e. expectations over a role of SME for economic growth concluded at fora both domestically and internationally, and f. background of these aspects. Based upon those, we would try how to beef up SME performance. <Objectives> · Increasing knowledge regarding the reality of SME, and problems and expectation they are facing both domestically and internationally · Raising capability of identifying problems and figuring out solutions · Presenting these in English		
2. Course Content 1 st session: Guidance including “Why we communicate in English?” and students’ presenting their interests in SME 2 nd session: Definition and its implication of SME in Japan, and their counterparts of other countries 3 rd and 4 th sessions: Problems SME are struggling (e.g. finance, sales network, human resource and successor and etc.) 5 th session: Imbroglia SME has encountered prior and posterior to the Lehman Brother’s bankruptcy 6 th session: Dialogue with some SME entrepreneurs 7 th session: Failure of SME business and its resuscitation 8 th session: Starting up business (reality and significance) 9 th session: SME supporting organizations (including visiting them) 10 th session: SME’s social economic significance and what SME inspires society and economy 11 th session: How to beef up SME performance 12 th session: The Charter of SME and discussions of its drafting process 13 th session: SME ministers meetings both at OECD and APEC 14 th session: Latest circumstance regarding SME (2010 annual White Paper issued by the Government of Japan (GOJ)) 15 th session: Discussion on “What is SME ?” and wrapping up		
3. Further Information <Registration Requirements> Prior and posterior to each session, students are expected to learn a relevant part of text books and recommended books mentioned below (including printed materials I would prepare up to a theme). When requested reporting, students are recommended to be active. <Course Preparations> Students are recommended to attend an each session, and to raise a question and to reveal their views actively. Because not only thinking training through books but actual communication with SME engaging people (up to a guest conducted in Japanese) would be implemented, it must be an invaluable opportunity to increase knowledge in the reality of SME and to enrich understanding of the Japan’s live economy and society. It would also provide students with a training chance to sort out their own thinking and to persuade other students both in English.		
4. Textbook (s) Yoshiaki SHIKANO “SME of Japan (Nihon no Chusho Kigyo)” (Toyo Keizai) Takehiko YASUDA, Noriyuki TAKAHASHI, Kenji KUTSUNA, Yuji HONJO “Arguments over SME from its Lifecycle (Raifusaikuru kara mita Chusho Kigyo ron)” (Doyukan) These two books are also used as a text book at the second semester.		
5. Reference Book (s) “The Impact of the Global Crisis on SME and Entrepreneurship Financing and Policy Response” (OECD) Yoichi FUNABASHI “Dare I say making English as formal National language (Aete Eigo Kouyougo-ron)” (Bunshun Shinsho) Osamu KAWAMUA “Keep ourselves a half step ahead (Hampo Saki-wo Yuku !)” (Zaikai Kenkyusho) Kenji KUTSUNA and Takehiko YASUDA “Starting-up Firms in Japan (Nihon no Shinki Kaigyoo Kigyo)” (Hakuto Shobo) Muneaki KOIDE “SME supporting skill for winning every battle (100 sen 100 sho no Jigyo spohto-jutsu)” (Kindai Sehrusu-sha) David RHODES and Daniel STELTER “Seize Advantage in a Downturn” (Harvard Business Review, February 2009)		
6. Assessment 50 points would be assigned to a regular examination. Another 50 points would be equally divided to reporting I would request with 25 points, and class presentations (up to frequency and their contents) with 25 points respectively. In other words, a regular examination weighs 50% and other two aspects together weighs 50%.		
7. Others While the first semester the reality and actual problems SME are facing would be highlighted, government’s policies and their background and effects and other institutional aspects would be focused during the second semester.		

Special Lectures on Business Management D 「SME related policies of Japan」		HASEGAWA Eiichi
Credits: 2	Second (Fall) Semester	Grade: 3・4
1. Course Outline & Objectives <Outline> This course would focus on SME policies of Japan and touch upon their overview including a. institutions founding the policies b. formulating processes, and c. implementing organizations such as the central government, the government-sponsored organizations, prefectural governments, and private economic organizations. We would observe, as a case study, what policies and measures for SME the Government of Japan (GOJ) introduced when and after the Lehman Brothers bankruptcy took place. This observation would comprise a period until summer of 2009 when Liberal and Democratic Party (LDP) and New Komeito had ruled, and a period after the period when Democratic Party of Japan (DPJ) ruled. We would also analyze remaining problems after the policies and measures were introduced, and prognosis thereafter. <Objectives> · Increasing knowledge of individual policy measures, and what circumstances and elements were taken consideration, who were envisaged as a stakeholder, and what constraints capped when GOJ hammer out the policy measures · Acquiring capability of how to utilize the policy measures and cope with remaining problems · Presenting these in English		
2. Course Content 1 st session: Basic thought of individual policy measures (SME Basic Act, The Charter of SME) and how they were formulated in GOJ and the Diet 2 nd through 6 th sessions: Overviewing major individual SME policy measures and their background. Each session would focus on, at 2 nd session: finance-related measures such as those by government-sponsored agencies and financial guarantee, at 3 rd session: finance-related laws such as the agencies foundation laws, SME financial insurance laws, Act concerning Temporary Measures to Facilitate Financing for SMEs, and Money Lending Business Act, at 4 th session: SME-concerning transaction correcting laws, and SME support for business innovation and beefing up business resources, at 5 th session: at 6 th session: the total picture individual policy measures are formulating, and commonly shared thoughts thereof 7 th Session: Policy implementing organizations (concerned ministries and government-sponsoring agencies, prefectural governments, private economic organizations) 8 th session: Visiting SME finance providing organizations and dialogue with their responsible officials 9 th session: Dialogue with SME policy responsible officials of Agency of SME, Ministry of Welfare and Labor, and Tokyo Metropolitan Government 10 th session: Dialogue with a Diet’s member (supposedly from LDP and/or New Komeito) 11 th and 12 th sessions: How GOJ coped with imbroglia after the Lehman Brothers bankruptcy and its consequence 13 th session: Dialogue with a Diet’s member (supposedly from DPJ) 14 th session: SME’s international business development and remaining problems post Lehman Brothers bankruptcy imbroglia 15 th session: Debating about “What SME policy measures are needed?”, and wrapping up		
3. Further Information <Registration Requirements> Prior and posterior to each session, students are expected to learn a relevant part of text books and recommended books mentioned below (including printed materials I would prepare up to a theme). When requested reporting, students are recommended to be active. <Course Preparations> Students are recommended to attend an each session, and to raise a question and to reveal their views actively. By not only thinking training through books but actual communication with people in charge of SME policy planning, formulating and implementing (up to a guest, conducted in Japanese), it must be an invaluable opportunity to increase knowledge in the SME policies and to enrich understanding of their background and impact. It would also provide students with a training chance to sort out their own thinking and to persuade other students both in English.		
4. Textbook (s) Yoshiaki SHIKANO “SME of Japan (Nihon no Chusho-Kigyo)” (Toyo Keizai) Takehiko YASUDA, Noriyuki TAKAHASHI, Kenji KUTSUNA, Yuji HONJO “Argument over SME from its Lifecycle (Raifusaikuru kara mita Chusho-Kigyo ron)” (Doyukan)		
5. Reference Book (s) Ichiro UESUGI and others “Examining Finance for SME (Kensho Chusho-Kigyo Kinyu)” (Nihonkeizai Shinbun-sha) Relating laws and government’s decree and discussion records in the Diet of Japan (prepared as printed materials)		
6. Assessment 50 points would be assigned to a regular examination. Another 50 points would be equally divided to reporting I would request with 25 points, and class presentations (up to frequency and their contents) with 25 points respectively. In other words, a regular examination weighs 50% and other two aspects together weighs 50%.		
7. Others While the first semester the reality and actual problems SME are facing would be highlighted, government’s policies and their background and effects and other institutional aspects would be focused during the second semester.		