

## 【目次】

科目区分	授業科目の名称	ページ
基礎科目	地域経済	1
	経営戦略	2
	マーケティング	3
	アカウンティング	4
	経営組織とリーダーシップ	5
	ベンチャーマネジメント	6
	コミュニケーション力とファシリテーション	7
	ビジネス統計	8
	ビジネスの法と倫理	9
	ビジネス・リーダーシップ I	10
	マクロ経済学	11
応用科目	ビジネスモデル	12
	イノベーションと組織	13
	イノベーション戦略	14
	サービスマーケティング	15
	顧客コミュニケーションとリーダーシップ	16
	マーケティングリサーチ	17
	管理会計	18
	財務会計	19
	意思決定データ分析	20
	ソーシャルデザイン思考	21
	コーチングとリーダーシップ	22
	コーポレート・ガバナンス	23
	ファイナンス	24
	ビジネス・リーダーシップ II	25
(ものづくり) 専門科目 (経営)	ものづくりの哲学と戦略	26
	新規事業開発戦略	27
	地域資源の商品開発戦略	28
	中小企業営業革新	29
	国際経営と人材マネジメント	30
	財務リスク分析	31
	生産性とオペレーション	32
	ものづくり経営	33
(サービス) 専門科目 (経営)	アグリビジネス市場	35
	フードシステム・マーケティング	36
	チェーンストア経営	37
	サービス起業計画	38
	社会イノベーション	39
	地域ブランドの戦略立案	40
	まちづくりと社会的合意形成	41
	サービス経営	42
	医療経営	43
	医療・介護経営のデータ分析	44
	医療経営財務分析	45
	健康ビジネスのイノベーション	46
	医療・介護組織と人材マネジメント	47
	地域福祉イノベーション	48
	医療倫理	49
	医療・介護・福祉制度	50
クリニカルガバナンス	51	
アジア新興国・地域における日本型デザインとマネジメント	52	
実践科目	ビジネスプラン実践	53
	ビジネスデザイン企画	54
	ビジネスデザイン創造演習	55

授業科目名 (英語表記)	地域経済 ( Regional Economy )																																
担当教員氏名	本郷 満																																
科目区分 (基礎・応用等)	基礎	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30 時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	<p>地域経済の動向と構造を知ることは、自らのビジネスの置かれている位置を知ることになり、マネジメントにとっても、必要不可欠な基礎的な知識であり、基礎科目に位置づけられる。</p> <p>地域経済の分析を通して、地域経済の仕組みや構造変化を読み取る力を涵養することを目標としている。</p>																																
授業の概要	<p>地域経済は、地域における企業や個人の生産行動、消費行動などが集約されたもので、企業活動や国民生活と密接に関連している。その構造と変化を知ることは、ビジネスにも役立つ市場変化や競争環境変化を知ることにもつながる。</p> <p>この授業は、4つのパートからなっている。第一のパートは、地域経済の情勢を知ることである。地域経済情勢を知るための情報源はどこにあり、いかに利用するかをみていく。第二のパートでは、地域の産業構造、産業集積の特質を知ること狙いとす。また、中小企業の役割や、オンリーワン・ナンバーワン企業の重要性についても論じていく。第三のパートは、域外から所得を稼ぐ産業、域内に雇用を生み出す産業の代表例として、製造業、サービス産業、観光を取り上げ、これらの動向と展開方向について学ぶこととする。第四のパートでは、産業連関表をもとにして、経済波及効果の測定や地域経済循環の考え方を理解する。</p>																																
成績評価の方法	最終レポート提出:100%																																
テキスト	特に指定なし。																																
参考文献	中国地方総合研究センター「中国地域経済の概況」 その他、その都度紹介する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)																																	
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>地域経済情勢の分析</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>地域経済の情報源と活用法</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>地域産業構造と中小企業</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>企業立地と新事業展開</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>産業集積・クラスター論</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>産業集積・クラスター形成の実際</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>地域製造業の動向</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>ものづくりイノベーション</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>地域サービス産業の動向</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>販促・市場開拓への挑戦</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>地域観光の動向</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>観光イノベーション</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>地域の産業連関・経済循環</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>地域経済循環の創出</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>まとめ</td> </tr> </table>			1	地域経済情勢の分析	2	地域経済の情報源と活用法	3	地域産業構造と中小企業	4	企業立地と新事業展開	5	産業集積・クラスター論	6	産業集積・クラスター形成の実際	7	地域製造業の動向	8	ものづくりイノベーション	9	地域サービス産業の動向	10	販促・市場開拓への挑戦	11	地域観光の動向	12	観光イノベーション	13	地域の産業連関・経済循環	14	地域経済循環の創出	15	まとめ
1	地域経済情勢の分析																																
2	地域経済の情報源と活用法																																
3	地域産業構造と中小企業																																
4	企業立地と新事業展開																																
5	産業集積・クラスター論																																
6	産業集積・クラスター形成の実際																																
7	地域製造業の動向																																
8	ものづくりイノベーション																																
9	地域サービス産業の動向																																
10	販促・市場開拓への挑戦																																
11	地域観光の動向																																
12	観光イノベーション																																
13	地域の産業連関・経済循環																																
14	地域経済循環の創出																																
15	まとめ																																

授業科目名 (英語表記)	経営戦略 ( Strategic Management )																																
担当教員氏名	横山 禎徳																																
科目区分 (基礎・応用等)	基礎	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	「経営戦略」を明確に定義し、その最も基本となる立案の方法論を示す。そのために必要な課題設定・検証型分析手法の理解と習得を目指す。特に、市場の成熟と新たな革新の可能性とが併存する今の時代の戦略立案に有効なアプローチとして「社会システム・デザイン」の演習を通じた理解とその活用を進める。																																
授業の概要	戦略立案は基本の徹底的理解と思考の規律が大事であることを示し、どのような戦略にも共通で応用範囲の広い基本的な戦略立案のステップを重要なキーワードとその背景を理解させる。特に、相関関係ではなく、因果関係を見つけるための課題設定からスタートする分析手法を演習を通じて身に着ける。そして、戦略を関係者にちゃんと理解してもらうためのコミュニケーション、特に、プレゼンテーション資料、すなわち、分析図、概念図の基本的組み立て方、描き方を習得する。そして、新しいビジネス・モデルを創造するのに役立つ「社会システム・デザイン」のアプローチを具体的な応用分野の紹介と、作業実習を通じて身に着ける。																																
成績評価の方法	出席:40%、討議参加30%、小論文30%																																
テキスト	特になし																																
参考文献	『循環思考』:横山禎徳 『ストーリーとしての競争戦略』:楠木健 『イシューから始めよ』:安宅和人 『原因と結果の経済学』:中室牧子、津川友介 『戦略サファリ』:ヘンリー・ミンツバーグ																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	経営戦略は学問というより高度技能であり、身体知であるから、単に頭での理解ではなく具体的に手を動かして理解するようにする																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>基本的な思考の規律</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>「経営戦略」の歴史</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>戦略立案の基本的アプローチ(1)</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>戦略立案の基本的アプローチ(2)</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>戦略立案の基本的アプローチー演習</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>仮説設定・検証型分析</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>仮説設定・検証型分析ー演習</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>分析図・概念図の書き方(1)</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>分析図・概念図の書き方(2)</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>「社会システム・デザイン」(1)</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>「社会システム・デザイン」(2)</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>「社会システム・デザイン」の応用(1)</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>「社会システム・デザイン」の応用(2)</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>「社会システム・デザイン」の応用(3)</td> </tr> <tr> <td>15、16</td> <td>「社会システム・デザイン」ー演習</td> </tr> </table>			1	基本的な思考の規律	2	「経営戦略」の歴史	3	戦略立案の基本的アプローチ(1)	4	戦略立案の基本的アプローチ(2)	5	戦略立案の基本的アプローチー演習	6	仮説設定・検証型分析	7	仮説設定・検証型分析ー演習	8	分析図・概念図の書き方(1)	9	分析図・概念図の書き方(2)	10	「社会システム・デザイン」(1)	11	「社会システム・デザイン」(2)	12	「社会システム・デザイン」の応用(1)	13	「社会システム・デザイン」の応用(2)	14	「社会システム・デザイン」の応用(3)	15、16	「社会システム・デザイン」ー演習
1	基本的な思考の規律																																
2	「経営戦略」の歴史																																
3	戦略立案の基本的アプローチ(1)																																
4	戦略立案の基本的アプローチ(2)																																
5	戦略立案の基本的アプローチー演習																																
6	仮説設定・検証型分析																																
7	仮説設定・検証型分析ー演習																																
8	分析図・概念図の書き方(1)																																
9	分析図・概念図の書き方(2)																																
10	「社会システム・デザイン」(1)																																
11	「社会システム・デザイン」(2)																																
12	「社会システム・デザイン」の応用(1)																																
13	「社会システム・デザイン」の応用(2)																																
14	「社会システム・デザイン」の応用(3)																																
15、16	「社会システム・デザイン」ー演習																																

授業科目名 (英語表記)	マーケティング (Marketing)																																
担当教員氏名	江戸 克栄																																
科目区分 (基礎・応用等)	基礎	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	マーケティングはビジネス科目の基本として位置づけられる。マーケティングでは、市場、顧客、ユーザーを理解するための分析力と、それに対応するための創造力が必要であるとされており、マーケティングの基本的考え方を学んだ上で、マーケティングマインドと創造力を磨くこと、科学的視点を理解し、マーケティングにおける分析力を学ぶことを目的とする。																																
授業の概要	ビジネスを取り巻く市場や環境が激しく変化している現代社会において、企業が存続・成長していくためにマーケティングの重要性は今まで以上に増している。そのため、本講義では、伝統的マーケティングマネジメントだけでなく、近年重要性を増してきている、顧客志向、関係構築、グローバル化、情報化社会とマーケティングをテーマとする。講義で扱う事例は広範囲にわたっており、そこからマーケティングそしてその基本的プロセスを体系的に習得する。																																
成績評価の方法	日常点:20% 試験(あるいはレポート):80%																																
テキスト	和田充男、恩蔵直人、三浦俊彦著[2016]「マーケティング戦略」、有斐閣アルマ																																
参考文献	参考文献、参考資料については随時授業中に紹介する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	積極的な姿勢で授業に臨むこと。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクションーマーケティングと現代企業ー</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>マーケティングとはーマーケティングの歴史・定義・対象領域ー</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>市場環境分析ーマーケティング環境とSWOT分析ー</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>消費者行動分析とマーケティングリサーチ</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>マーケティング・マネジメントとその基本</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>マーケティング・ミックス(1)「製品・サービス戦略」</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>マーケティング・ミックス(2)「価格戦略」</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>マーケティング・ミックス(3)「流通チャネル戦略」</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>マーケティング・ミックス(4)「プロモーション」</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>市場細分化戦略ーセグメンテーション・ターゲティング・ポジショニングー</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>強いブランドの確立</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>顧客志向と関係構築のためのマーケティング</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>顧客満足とマーケティングー顧客満足概念とその戦略ー</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>情報化社会のマーケティングとデータ活用</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>グローバル・マーケティング</td> </tr> </table>			1	イントロダクションーマーケティングと現代企業ー	2	マーケティングとはーマーケティングの歴史・定義・対象領域ー	3	市場環境分析ーマーケティング環境とSWOT分析ー	4	消費者行動分析とマーケティングリサーチ	5	マーケティング・マネジメントとその基本	6	マーケティング・ミックス(1)「製品・サービス戦略」	7	マーケティング・ミックス(2)「価格戦略」	8	マーケティング・ミックス(3)「流通チャネル戦略」	9	マーケティング・ミックス(4)「プロモーション」	10	市場細分化戦略ーセグメンテーション・ターゲティング・ポジショニングー	11	強いブランドの確立	12	顧客志向と関係構築のためのマーケティング	13	顧客満足とマーケティングー顧客満足概念とその戦略ー	14	情報化社会のマーケティングとデータ活用	15	グローバル・マーケティング
1	イントロダクションーマーケティングと現代企業ー																																
2	マーケティングとはーマーケティングの歴史・定義・対象領域ー																																
3	市場環境分析ーマーケティング環境とSWOT分析ー																																
4	消費者行動分析とマーケティングリサーチ																																
5	マーケティング・マネジメントとその基本																																
6	マーケティング・ミックス(1)「製品・サービス戦略」																																
7	マーケティング・ミックス(2)「価格戦略」																																
8	マーケティング・ミックス(3)「流通チャネル戦略」																																
9	マーケティング・ミックス(4)「プロモーション」																																
10	市場細分化戦略ーセグメンテーション・ターゲティング・ポジショニングー																																
11	強いブランドの確立																																
12	顧客志向と関係構築のためのマーケティング																																
13	顧客満足とマーケティングー顧客満足概念とその戦略ー																																
14	情報化社会のマーケティングとデータ活用																																
15	グローバル・マーケティング																																
オフィスアワー	講義1コマ目に学生と相談の上、決定																																

授業科目名 (英語表記)	アカウンティング (Accounting)																																
担当教員氏名	安達 巧																																
科目区分 (基礎・応用等)	基礎	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択必修																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	この授業は、ビジネスの共通言語といわれているアカウンティング(会計)の基礎を身に付けるため、ビジネス・スクールのアカウンティング教育として必要な「財務会計」及び「管理会計」(ともに応用科目)に備えて基本的な会計処理を学ぶ講義である。「会計[処理]を学べば、企業経営(ビジネス)の何を知ることができるか」を理解できることがこの授業の当面の目標である。カリキュラム上は「基礎科目」における選択必修科目の1つである。																																
授業の概要	対立する利害の調整がアカウンティング(会計)の重要な役割の1つとなっている。財務会計は、ステークホルダーに対し事業活動の成果を報告して説明責任を果たし(アカウントビリティ)、ステークホルダー間の利害を調整するために営まれるものであり、外部報告会計とも呼ばれる。また、ステークホルダーには企業外部者ばかりではなく経営者等の企業内部者も存在する。そのためアカウンティング(会計)は、企業内部のステークホルダーに対し経営管理に役立つ会計情報を提供する役割も担う。この目的のために営まれるものが管理会計であり、内部報告会計とも呼ばれている。財務会計(外部報告会計)も管理会計(内部報告会計)も、その前提は企業活動について正しい会計処理が為されていることである。この授業では、受講生が日商簿記3級レベルの知識を有することを前提として日商簿記2級レベルの会計[処理]について講義を行う。																																
成績評価の方法	定期試験100%																																
テキスト	清水隆・川村義則『MBAアカウンティング アカウンティングの基礎』中央経済社(2011年)、桑原知之『サクッとわかる日商2級[商業簿記]』ネットスクール出版(2016年)。																																
参考文献	安達巧[編著]・泉水朱里[著]『簿記会計入門』税務経理協会(2003年)。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	①予習及び復習が十分に為されていることを前提に授業は行われるため、それを十分に認識したうえで履修の有無を判断すること。②「教えて貰う」との受動的態度を捨て、自ら能動的に学修する(学ぶ)こと。③説明の順番等、授業内容については若干の変更もあり得る(授業時に事前告知する)。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクション</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>現金と預金、手形、その他の債権・債務</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>有価証券</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>固定資産①(有形固定資産と減価償却、割賦購入、除却・廃棄と買い替え、</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>固定資産②(資本的支出と収益的支出、無形固定資産、研究開発費、等)</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>商品売買</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>株式会社と株式の発行、会社の合併、剰余金の処分</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>株主資本の係数の変動と損失の処理、株主資本等変動計算書</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>税金、引当金</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>決算手続き</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>本支店会計、伝票会計</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>外貨建取引、リース取引、課税所得の計算、圧縮記帳</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>連結会計①(投資と資本の相殺消去、支配獲得後の連結、連結会社間の取引、</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>連結会計②(アップストリーム)、税効果会計</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>製造業を含む会社の決算処理</td> </tr> </table>			1	イントロダクション	2	現金と預金、手形、その他の債権・債務	3	有価証券	4	固定資産①(有形固定資産と減価償却、割賦購入、除却・廃棄と買い替え、	5	固定資産②(資本的支出と収益的支出、無形固定資産、研究開発費、等)	6	商品売買	7	株式会社と株式の発行、会社の合併、剰余金の処分	8	株主資本の係数の変動と損失の処理、株主資本等変動計算書	9	税金、引当金	10	決算手続き	11	本支店会計、伝票会計	12	外貨建取引、リース取引、課税所得の計算、圧縮記帳	13	連結会計①(投資と資本の相殺消去、支配獲得後の連結、連結会社間の取引、	14	連結会計②(アップストリーム)、税効果会計	15	製造業を含む会社の決算処理
1	イントロダクション																																
2	現金と預金、手形、その他の債権・債務																																
3	有価証券																																
4	固定資産①(有形固定資産と減価償却、割賦購入、除却・廃棄と買い替え、																																
5	固定資産②(資本的支出と収益的支出、無形固定資産、研究開発費、等)																																
6	商品売買																																
7	株式会社と株式の発行、会社の合併、剰余金の処分																																
8	株主資本の係数の変動と損失の処理、株主資本等変動計算書																																
9	税金、引当金																																
10	決算手続き																																
11	本支店会計、伝票会計																																
12	外貨建取引、リース取引、課税所得の計算、圧縮記帳																																
13	連結会計①(投資と資本の相殺消去、支配獲得後の連結、連結会社間の取引、																																
14	連結会計②(アップストリーム)、税効果会計																																
15	製造業を含む会社の決算処理																																
オフィスアワー	[第1・第2クォーターについては] 月曜日17:00~18:00(場所;1476研究室)																																

授業科目名 (英語表記)	経営組織とリーダーシップ (Leadership and Human Resource Management)																																															
担当教員氏名	木谷 宏																																															
科目区分 (基礎・応用等)	基礎	授業形態 (講義・演習等)	講義																																													
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																																													
配当学年 (履修要件)	1年次																																															
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	組織論および人事管理論の基本とその関連を理解し、人事労務管理、人的資源管理、年功制、職能資格制度、成果主義の内容と課題を理解することを目標とする。カリキュラム上は、組織・人材マネジメントの領域における基礎科目であり、専門科目の「国際経営と人材マネジメント」「医療・介護組織と人材マネジメント」の履修を前提に講義を進める。この内容の理解によって、リーダーシップを深く学ぶための基盤を形成する。																																															
授業の概要	本授業は欧米の組織管理および人事管理の発展と変遷を辿ると同時に、日本の経営における人事管理の特徴とその限界を明らかにし、今後の人材マネジメントの姿を模索するものである。本授業の目的は以下の通りである。①組織論を踏まえて欧米の人事管理論(人事労務管理と人的資源管理の違い)を体系的に理解する。②日本における人事管理の変遷を通じて、人事管理の役割と本質を究明する。③ケーススタディを通じて、人事管理の具体的な手法とスキルを養う。講義はテキストおよび参考文献に基づくレクチャーを中心に行うが、新聞・雑誌記事のトピック解説、ケーススタディ、グループディスカッション、全体討議も織り交ぜる。受講者には事前の専門知識は要求しないが、自らのこれまでの職務体験を振り返り、理論と実体験との対比を行いながら活発な議論を期待する。期末レポートでは自社(あるいは特定企業)の人事制度に関する課題について取り上げ、プレゼンテーションを行う。																																															
成績評価の方法	①小レポート(5点×6回):30% ②期末レポートおよびプレゼンテーション:35% ③日常点(授業中の積極的な態度とクラスへの貢献):35%																																															
テキスト	ジョン・ブラットン/ジェフリー・ゴールド(上林憲雄他訳)[2009]『人的資源管理 理論と実践 第3版』文真堂。																																															
参考文献	J.アベグレン(山岡洋一訳)[2004]『日本の経営 新訳版』日本経済新聞社。楠田丘[2010]『職能資格制度 改訂5版』経営書院。木谷宏[2016]『「人事管理論」再考』生産性出版。他																																															
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	組織経営における人材マネジメントの重要性は急速に高まっています。高い問題意識と入念な事前準備をもって参加してください。課題に基づく、全員による積極的な議論に期待します。																																															
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td colspan="2">イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td colspan="2">「人的資源管理の発展及び論点」</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td colspan="2">第1章 人的資源管理の特性</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td colspan="2">第2章 戦略的人的資源管理</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td colspan="2">第3章 人的資源管理のコンテキスト</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>第4章 労働と作業組織</td> <td>第5章 衛生と安全</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>第6章 人的資源計画</td> <td>第7章 募集と選考</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td colspan="2">第8章 評価と業績管理</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>第9章 報酬管理</td> <td>第10章 人的資源開発</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td colspan="2">第11章 従業員関係</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>第12章 組合-経営関係</td> <td>第13章 人的資源管理の評価</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td colspan="2">第14章 人的資源管理の将来</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td colspan="2">ケースメソッド:「事業戦略の転換と人材マネジメント」(前半)</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td colspan="2">ケースメソッド:「事業戦略の転換と人材マネジメント」(後半)</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td colspan="2">期末レポート発表</td> </tr> </table>			1	イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)		2	「人的資源管理の発展及び論点」		3	第1章 人的資源管理の特性		4	第2章 戦略的人的資源管理		5	第3章 人的資源管理のコンテキスト		6	第4章 労働と作業組織	第5章 衛生と安全	7	第6章 人的資源計画	第7章 募集と選考	8	第8章 評価と業績管理		9	第9章 報酬管理	第10章 人的資源開発	10	第11章 従業員関係		11	第12章 組合-経営関係	第13章 人的資源管理の評価	12	第14章 人的資源管理の将来		13	ケースメソッド:「事業戦略の転換と人材マネジメント」(前半)		14	ケースメソッド:「事業戦略の転換と人材マネジメント」(後半)		15	期末レポート発表	
1	イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)																																															
2	「人的資源管理の発展及び論点」																																															
3	第1章 人的資源管理の特性																																															
4	第2章 戦略的人的資源管理																																															
5	第3章 人的資源管理のコンテキスト																																															
6	第4章 労働と作業組織	第5章 衛生と安全																																														
7	第6章 人的資源計画	第7章 募集と選考																																														
8	第8章 評価と業績管理																																															
9	第9章 報酬管理	第10章 人的資源開発																																														
10	第11章 従業員関係																																															
11	第12章 組合-経営関係	第13章 人的資源管理の評価																																														
12	第14章 人的資源管理の将来																																															
13	ケースメソッド:「事業戦略の転換と人材マネジメント」(前半)																																															
14	ケースメソッド:「事業戦略の転換と人材マネジメント」(後半)																																															
15	期末レポート発表																																															
オフィスアワー	土曜日 10:00-13:00																																															

授業科目名 (英語表記)	ベンチャーマネジメント ( Entrepreneurial Management )																																
担当教員氏名	玉置 浩伸																																
科目区分 (基礎・応用等)	基礎	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	起業に興味はあるが、具体的に何をすれば良いかが分からない。そもそも自分は起業に向いているのだろうか？起業したとしたら、どのようなことを日々こなさなければならないのか？そういった不安や疑問に答えることが本講義の目標である。																																
授業の概要	教室内のレクチャーおよび講義時間外のグループワークの複線構成となる。講義の前半では、起業家のプロファイリングから、自身の適正を把握、次に事業計画づくり、チーム構築を通じ、疑似的な創業を体験する。しかし、ベンチャー経営の本当の困難は創業後に訪れる。計画通りに事業が進まないことを前提に、事業のピボットも体験する。講義の後半では実在するベンチャーの事例を学び、学修した内容をグループワークに反映、グループごとのプレゼンテーションを行う。起業家でもある教員およびゲストスピーカーのスピーチで講義を補完する。																																
成績評価の方法	出席:25% 議論への貢献:25% グループプレゼンテーション(2回):各回25%																																
テキスト	講義時に配布する資料によって行う。																																
参考文献	特に指定なし。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	積極的な発言を求める。英文の起業事例を使用する。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクションーベンチャー企業とはー</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>事業アイデアと創業の方法</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>チーム構築、事業モデル、リスクマネジメント</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>ベンチャーの財務</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>リーンスタートアップ</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>プレゼンテーション</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>ベンチャーの出口、株式公開</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>ヘルスケアの事例</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>ITの事例</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>販売</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>社会的起業の事例</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>ゲスト講師</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>サービス業の事例</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>教員のスピーチ</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>最終プレゼンテーション</td> </tr> </table>			1	イントロダクションーベンチャー企業とはー	2	事業アイデアと創業の方法	3	チーム構築、事業モデル、リスクマネジメント	4	ベンチャーの財務	5	リーンスタートアップ	6	プレゼンテーション	7	ベンチャーの出口、株式公開	8	ヘルスケアの事例	9	ITの事例	10	販売	11	社会的起業の事例	12	ゲスト講師	13	サービス業の事例	14	教員のスピーチ	15	最終プレゼンテーション
1	イントロダクションーベンチャー企業とはー																																
2	事業アイデアと創業の方法																																
3	チーム構築、事業モデル、リスクマネジメント																																
4	ベンチャーの財務																																
5	リーンスタートアップ																																
6	プレゼンテーション																																
7	ベンチャーの出口、株式公開																																
8	ヘルスケアの事例																																
9	ITの事例																																
10	販売																																
11	社会的起業の事例																																
12	ゲスト講師																																
13	サービス業の事例																																
14	教員のスピーチ																																
15	最終プレゼンテーション																																

授業科目名 (英語表記)	コミュニケーション力とファシリテーション (Communication Skills and Facilitation)																																
担当教員氏名	田坂 逸朗																																
科目区分 (基礎・応用等)	基礎	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	<p>カリキュラム上では、基礎科目として位置づけられる。本科目は、応用科目である「ソーシャルデザイン思考」、専門科目である「まちづくりと社会的合意形成」受講の前提となる。</p> <p>本授業は、ビジネスに必要な「聞く」、「話す」という基礎的なコミュニケーション力の醸成に加え、複数の異なる人たちとの創造的協働を可能とする建設的な話し合いの企画力およびファシリテーション能力を身につけることを目指している。</p>																																
授業の概要	<p>意思決定権が共有的である場合の合意形成、また、多様な価値を持つメンバーが協力してプロジェクトを遂行するとき、そして、リーダーとして組織を運営するケースにおいては、引き出し、かけあわせ、推し進める「ファシリテーション」と、その基盤としてのコミュニケーション・スキルが欠かせない。</p> <p>本講では、ビジネスの現場で求められるコミュニケーションの基礎を学んだうえで、ファシリテーション実践に必要なスキルを体験的に学ぶことによって、実際にファシリテーションを現場で活用できる素養を培う。特に、対話型の新しいファシリテーション、「ホールシステム・アプローチ」について、いくつかの具体的なメソッドを紹介しながら深く掘り下げる。最後に、授業の体験を通しての学びの成果発表を行う。</p>																																
成績評価の方法	<p>日常点(授業への参加度、演習・ディスカッション・発表等):40%</p> <p>毎回の小レポート(リフレクションペーパー):30%</p> <p>最終成果発表:30%</p>																																
テキスト	特になし。適宜、必要な資料を配布する。																																
参考文献	適宜紹介する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	人と関わること、コミュニケーションを体験的に学ぶ授業であるため、積極的な参加が必須である。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクション～コミュニケーションとは何か</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>ワールドカフェ～ホールシステム・アプローチへの布石</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>ビジネスリーダーにとってのファシリテーション</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>ファシリテーションの基本スキル(場づくり、関係性、構造化、合意形成)</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>板書のスキルと構造化</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>フィッシュボウル～ファシリテーターになるための演習</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>構造化のスキルと合意形成</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>議論と対話、対話の場づくり、ワークショップ</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>ホールシステム・アプローチⅠ～多様なステイクホルダーによる解決</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>OST(即席分科会会議)</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>ホールシステム・アプローチⅡ～プロセスデザイン</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>フューチャーサーチ(共通基盤とコミットメント)/AI(ポジティブコア)</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>ホールシステム・アプローチⅢ～「学習する組織」</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>ストーリーテリング・カフェ(フィードバックによる創造)</td> </tr> <tr> <td>15+16</td> <td>成果発表～ピッチ</td> </tr> </table>			1	イントロダクション～コミュニケーションとは何か	2	ワールドカフェ～ホールシステム・アプローチへの布石	3	ビジネスリーダーにとってのファシリテーション	4	ファシリテーションの基本スキル(場づくり、関係性、構造化、合意形成)	5	板書のスキルと構造化	6	フィッシュボウル～ファシリテーターになるための演習	7	構造化のスキルと合意形成	8	議論と対話、対話の場づくり、ワークショップ	9	ホールシステム・アプローチⅠ～多様なステイクホルダーによる解決	10	OST(即席分科会会議)	11	ホールシステム・アプローチⅡ～プロセスデザイン	12	フューチャーサーチ(共通基盤とコミットメント)/AI(ポジティブコア)	13	ホールシステム・アプローチⅢ～「学習する組織」	14	ストーリーテリング・カフェ(フィードバックによる創造)	15+16	成果発表～ピッチ
1	イントロダクション～コミュニケーションとは何か																																
2	ワールドカフェ～ホールシステム・アプローチへの布石																																
3	ビジネスリーダーにとってのファシリテーション																																
4	ファシリテーションの基本スキル(場づくり、関係性、構造化、合意形成)																																
5	板書のスキルと構造化																																
6	フィッシュボウル～ファシリテーターになるための演習																																
7	構造化のスキルと合意形成																																
8	議論と対話、対話の場づくり、ワークショップ																																
9	ホールシステム・アプローチⅠ～多様なステイクホルダーによる解決																																
10	OST(即席分科会会議)																																
11	ホールシステム・アプローチⅡ～プロセスデザイン																																
12	フューチャーサーチ(共通基盤とコミットメント)/AI(ポジティブコア)																																
13	ホールシステム・アプローチⅢ～「学習する組織」																																
14	ストーリーテリング・カフェ(フィードバックによる創造)																																
15+16	成果発表～ピッチ																																

授業科目名 (英語表記)	ビジネス統計 ( Business Statistics )																																
担当教員氏名	村上 敏也																																
科目区分 (基礎・応用等)	基礎	授業形態 (講義・演習等)	演習																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラムにおいて本科目は、定量的データを経営の現場で意思決定とコミュニケーションの改善にいかす実践力を身につけるための基礎科目に位置づけられる。したがって、データ分析の基本となる統計および数学の知識について体験的に直観を磨き、データの収集・加工、データの特性の記述に慣れることを目指す。また、今後の経営において必要となるデータ分析リテラシーおよび相互に学び合う態度(学びの共同体)を涵養することを目標とする。																																
授業の概要	成熟化がすすむ情報社会においては、複雑な課題をデータ分析とチームワークによって迅速に解決することが今後ますます重要となってくる。そこで本科目ではまず、定量的な意思決定の基礎となる統計・数学の知識について表計算ソフトなどを活用して学習する。その後、実際にデータの取得・加工・分析を行うなどの演習を通じて、データ分析に基づいてチームワークで意思決定を改善するために必要な態度と技能について体験的な理解を深めていく。																																
成績評価の方法	日常点(毎演習時における貢献度): 40% レポート(演習後に提出する作業レポート): 60%																																
テキスト	特に指定なし。(講義資料を配布する。その他、必要に応じて参考図書を紹介する。)																																
参考文献	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ドーン・グリフィス、黒川利明・木下哲也ら訳[2009]『Head First Statistics』オライリージャパン。</li> <li>・Michael Milton、大橋真也・木下哲也訳[2010]『Head Firstデータ解析』オライリージャパン。</li> <li>・吉田耕作[2006]『直感的統計学』日経BP社。</li> </ul>																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	演習を主とした授業である。演習は、表計算ソフト(MS-Excel)の使用を予定している。この科目では単に教わることは期待せず、教員を含む他の参加者から情報を引き出し、また自分の考えや情報を他の参加者に提供し、相互の学びに貢献するチームワークを基本にしている。演習後の作業レポートは授業内で完成させ提出を目指している。なお、実際の演習課題の内容は履修者の関心や経歴に応じて変更することがある。																																
授業計画	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="text-align: center;">1</td><td>オリエンテーション</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">2</td><td>統計に必要な数学の復習</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3</td><td>演習:「表計算とデータ処理ソフトに慣れる」</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">4</td><td>仮説の検証と検定</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">5</td><td>演習:「定性データによる販売時期予測」</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">6</td><td>データの形と特性値「平均・分散・分布」</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">7</td><td>演習:「表計算による販売データ分析」</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">8</td><td>データの取得・加工・分析</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">9</td><td>演習:「表計算による顧客セグメントの分析」</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">10</td><td>回帰分析の仕組み</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">11</td><td>演習:「表計算による多変数データの分析」</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">12</td><td>データ分析の応用</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">13</td><td>演習:「多変数データの分析」</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">14</td><td>確率分布を使ったシミュレーション</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">15</td><td>演習:「事業のモデル化による収益予測」※上記の注意事項を参照</td></tr> </table>			1	オリエンテーション	2	統計に必要な数学の復習	3	演習:「表計算とデータ処理ソフトに慣れる」	4	仮説の検証と検定	5	演習:「定性データによる販売時期予測」	6	データの形と特性値「平均・分散・分布」	7	演習:「表計算による販売データ分析」	8	データの取得・加工・分析	9	演習:「表計算による顧客セグメントの分析」	10	回帰分析の仕組み	11	演習:「表計算による多変数データの分析」	12	データ分析の応用	13	演習:「多変数データの分析」	14	確率分布を使ったシミュレーション	15	演習:「事業のモデル化による収益予測」※上記の注意事項を参照
1	オリエンテーション																																
2	統計に必要な数学の復習																																
3	演習:「表計算とデータ処理ソフトに慣れる」																																
4	仮説の検証と検定																																
5	演習:「定性データによる販売時期予測」																																
6	データの形と特性値「平均・分散・分布」																																
7	演習:「表計算による販売データ分析」																																
8	データの取得・加工・分析																																
9	演習:「表計算による顧客セグメントの分析」																																
10	回帰分析の仕組み																																
11	演習:「表計算による多変数データの分析」																																
12	データ分析の応用																																
13	演習:「多変数データの分析」																																
14	確率分布を使ったシミュレーション																																
15	演習:「事業のモデル化による収益予測」※上記の注意事項を参照																																
オフィスアワー	毎週火曜日16時～19時、場所は担当教員研究室																																

授業科目名 (英語表記)	ビジネスの法と倫理																																
担当教員氏名	平谷 優子																																
科目区分 (基礎・応用等)	基礎	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	法律学習の未経験者を対象とする。ビジネスにおいて役立つ基礎的・基本的な法的知識を学ぶとともに、現代ビジネスにおいて考えるべきコンプライアンスや働き方等についても議論していきたい。																																
授業の概要	基本的には、法律初学者が理解しうる内容を予定している(既修者には物足りないと思われる)。労働者・起業家として、身につけておきたい法的知識、法的論理的思考の基礎を学ぶ。また、4コマ(2日)はゲストスピーカーを招き、労働法分野に関する最新の知見や、事業経営経験者の視点からの講義も予定。																																
成績評価の方法	日常点 30%(各回毎の小レポート) レポート点 30% 期末テスト 40%																																
テキスト	今のところ予定していない。																																
参考文献	入門的なものを中心に、適宜講義において案内する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	毎回の講義毎に、小レポート(講義に基づき実際に書類作成等を予定)の提出を求める予定。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクション① 本講のねらい</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>イントロダクション②</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>法的リスクについて(民事, 刑事, 行政)①</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>法的リスクについて(民事, 刑事, 行政)②</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>企業経営経験者弁護士より～海外での経験を踏まえて①</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>企業経営経験者弁護士より～海外での経験を踏まえて②</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>働き方改革と日本型雇用の課題①</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>働き方改革と日本型雇用の課題②</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>雇用労働に関する法的問題①</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>雇用労働に関する法的問題②</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>会社設立に関する基本的な問題①</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>会社設立に関する基本的な問題②</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>企業のコンプライアンスとガバナンス①</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>企業のコンプライアンスとガバナンス②</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>まとめ</td> </tr> </table>			1	イントロダクション① 本講のねらい	2	イントロダクション②	3	法的リスクについて(民事, 刑事, 行政)①	4	法的リスクについて(民事, 刑事, 行政)②	5	企業経営経験者弁護士より～海外での経験を踏まえて①	6	企業経営経験者弁護士より～海外での経験を踏まえて②	7	働き方改革と日本型雇用の課題①	8	働き方改革と日本型雇用の課題②	9	雇用労働に関する法的問題①	10	雇用労働に関する法的問題②	11	会社設立に関する基本的な問題①	12	会社設立に関する基本的な問題②	13	企業のコンプライアンスとガバナンス①	14	企業のコンプライアンスとガバナンス②	15	まとめ
1	イントロダクション① 本講のねらい																																
2	イントロダクション②																																
3	法的リスクについて(民事, 刑事, 行政)①																																
4	法的リスクについて(民事, 刑事, 行政)②																																
5	企業経営経験者弁護士より～海外での経験を踏まえて①																																
6	企業経営経験者弁護士より～海外での経験を踏まえて②																																
7	働き方改革と日本型雇用の課題①																																
8	働き方改革と日本型雇用の課題②																																
9	雇用労働に関する法的問題①																																
10	雇用労働に関する法的問題②																																
11	会社設立に関する基本的な問題①																																
12	会社設立に関する基本的な問題②																																
13	企業のコンプライアンスとガバナンス①																																
14	企業のコンプライアンスとガバナンス②																																
15	まとめ																																

授業科目名 (英語表記)	ビジネス・リーダーシップ I (Business Leadership I)																																
担当教員氏名	木谷 宏																																
科目区分 (基礎・応用等)	基礎	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位( 30 時間)	必修・選択の別	必修																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	<p>本研究科はビジネスリーダーの養成を主眼としている。ビジネス・リーダーシップの本質を理解することは必要不可欠な基礎的な知識であり、この授業は「ビジネス・リーダーシップ II」と共に基礎科目の必修科目に位置づけられる。Iにおいては各受講者が、自分自身が目指すリーダーシップのあり方とそこへ至る道筋を描く力を養い、ビジネスリーダーとしての基盤を築くことを目標とする。そのポイントは以下のとおりである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リーダーシップ分析</li> <li>・リーダーシップのあり方を考える力</li> <li>・自分自身の現状を把握し、自己の開発課題の発見</li> <li>・リーダーシップの発揮についての考え方、必要なマインド</li> </ul>																																
授業の概要	<p>この必修科目では、受講者各人が、ビジネスの世界において自分自身のリーダーシップを確立していくために、必要なものの見方、考え方を養う。まずは「リーダーシップとは何か」について学術書ならびにビジネス書の名著とされる文献を多数読破することにより、企業・組織経営の文脈の中で「優れたリーダーシップ」、「効果的なリーダーシップ」、「リーダーシップの体得」を探究していく。受講にあたっては、いわゆる正解のない世界で、自分自身のリーダーシップについて、当事者として問題意識を持ち、考え、疑い、発言し、学びあう姿勢を持つことを期待する。また必修科目の位置づけであることから、プロフェッショナル・ビジネスパーソンに不可欠な基礎力についても講義を行う。最終回は大手電機メーカー若手社員とのコラボレーションを行い、「ソーシャルバリューデザイン」を取り入れた共創プログラムを体感する。また期末レポートは各自で「リーダーへのインタビュー」を実施して提出する。</p>																																
* 成績評価の方法	<p>①小レポート(10点×3回):30%      ②期末レポート:20%  ③グループプレゼンテーション(20点×1回):20%  ④日常点(授業中の積極的な態度とクラスへの貢献):30%</p>																																
テキスト	日本経済新聞社編[2015]『リーダーシップの名著を読む』日経文庫、および本テキストにて紹介されている11冊。グロービス経営大学院[2014]『グロービス流ビジネス基礎力10』東洋経済																																
参考文献	授業において適宜紹介する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	巷には数多くのリーダーシップ論が存在し、amazonで検索すると約9万点の書籍がヒットします。戦略論と並んで人気の高いこのテーマについて、これからの時代におけるリーダーシップの本質とその姿を考えていきましょう。まずは I において名著とされる11冊を読破して一般的なリーダーシップの全体像を把握した上で、II ではリーダーシップについて体系的かつ理論的に学び、従来のリーダーシップの限界と新たな姿を自ら模索してください。																																
* 授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>イントロダクション</td></tr> <tr><td>2</td><td>私の考えるリーダーシップとは</td></tr> <tr><td>3</td><td>J. コッター 『第2版 リーダーシップ論』</td></tr> <tr><td>4</td><td>論理思考力</td></tr> <tr><td>5</td><td>D. カーネギー 『人を動かす』</td></tr> <tr><td>6</td><td>コミュニケーション力</td></tr> <tr><td>7</td><td>S. スマイルズ 『自助論』</td></tr> <tr><td>8</td><td>仮説構築力</td></tr> <tr><td>9</td><td>S. コヴィー 『7つの習慣』</td></tr> <tr><td>10</td><td>情報収集力</td></tr> <tr><td>11</td><td>D. ゴールマン 『EQ こころの知能指数』</td></tr> <tr><td>12</td><td>データ・情報分析力</td></tr> <tr><td>13</td><td>アメリカ海軍協会 『リーダーシップ』</td></tr> <tr><td>14</td><td>次の打ち手を考える力</td></tr> <tr><td>15</td><td>ワークショップ: 社会価値創造の事業化</td></tr> </table>			1	イントロダクション	2	私の考えるリーダーシップとは	3	J. コッター 『第2版 リーダーシップ論』	4	論理思考力	5	D. カーネギー 『人を動かす』	6	コミュニケーション力	7	S. スマイルズ 『自助論』	8	仮説構築力	9	S. コヴィー 『7つの習慣』	10	情報収集力	11	D. ゴールマン 『EQ こころの知能指数』	12	データ・情報分析力	13	アメリカ海軍協会 『リーダーシップ』	14	次の打ち手を考える力	15	ワークショップ: 社会価値創造の事業化
1	イントロダクション																																
2	私の考えるリーダーシップとは																																
3	J. コッター 『第2版 リーダーシップ論』																																
4	論理思考力																																
5	D. カーネギー 『人を動かす』																																
6	コミュニケーション力																																
7	S. スマイルズ 『自助論』																																
8	仮説構築力																																
9	S. コヴィー 『7つの習慣』																																
10	情報収集力																																
11	D. ゴールマン 『EQ こころの知能指数』																																
12	データ・情報分析力																																
13	アメリカ海軍協会 『リーダーシップ』																																
14	次の打ち手を考える力																																
15	ワークショップ: 社会価値創造の事業化																																
オフィスアワー	土曜日 10:00-13:00																																

授業科目名 (英語表記)	マクロ経済学 (Macroeconomics)																																
担当教員氏名	中村 周史																																
科目区分 (基礎・応用等)	基礎	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	本講義は必修の基礎科目であり、全ての科目の前提となります。マクロ経済学の基本的概念や考え方を身につけ、ニュース等で目にする情勢の変化や実施される政策が経済に影響する仕組みを論理的に理解し、その影響について自ら考察できることを、到達すべき水準とします。																																
授業の概要	マクロ経済と企業活動は一見すると縁遠く感じます。しかし、現在のグローバルなビジネス環境で世界情勢の変化や経済政策の変更、為替レートの変動など、マクロ経済に関する情報を無視して企業活動を行うことは無謀です。こうした情報は一方的であるため、それがどのような意味を持ち、今何を決断しなければならないのかを、他に先んじて判断する能力が企業人には問われます。MBAコースでマクロ経済学を学ぶ目的は、こうした情報に対して機敏な市場参加者となるためです。講義では習った知識と現実の例とを照らし合わせながら解説を行っていくことで、その力を養います。																																
成績評価の方法	レポート30%, 期末テスト70%により評価を行います。レポートは計3回行い、そこでは講義内容を踏まえた現実の事象に対する考察を行ってまいります。																																
テキスト	こちらで作成した講義資料を基に、講義を行うため、特定のテキストは指定しません。																																
参考文献	グレゴリー・マンキュー『マンキュー経済学 IIマクロ編』(第3版)、東洋経済新報社。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	経済は積み重ねた知識を利用して進むため、分からなければすぐに質問を行ってください。質問等や学生の理解が不十分であると感じる点があった場合には、次回の講義までに別途資料を用意し、次回講義冒頭で解説します。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクション: マクロ経済学をMBAで学ぶ意味</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>GDPとは何か?: GDP統計の基礎と性質</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>様々な物価指標と国際収支統計の持つ意味</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>貨幣とは何か?: 貨幣の仕組みから中央銀行の役割を考える</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>消費の決定: 家計の消費貯蓄選択を考える</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>投資の決定: 企業が投資を行う基準について考える</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>資産市場の持つ役割: 利率はどのように決まるのか</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>一般均衡分析入門: 複雑な市場の相互関係について考える</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>為替レートと国際取引: 為替レートの決定要因と経済への影響</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>国際貿易の基礎: 生産はどこで行うべきか</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>経済政策と経済①: 伝統的な経済政策の持つ意味</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>経済政策と経済②: 非伝統的金融政策とその効果</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>労働市場と失業: 失業が発生する仕組みと貨幣錯覚</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>期待が現実を動かす仕組み: 金利、為替、金融危機との関係</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>総まとめ: 時事問題に関するマクロ経済学からの考察</td> </tr> </table>			1	イントロダクション: マクロ経済学をMBAで学ぶ意味	2	GDPとは何か?: GDP統計の基礎と性質	3	様々な物価指標と国際収支統計の持つ意味	4	貨幣とは何か?: 貨幣の仕組みから中央銀行の役割を考える	5	消費の決定: 家計の消費貯蓄選択を考える	6	投資の決定: 企業が投資を行う基準について考える	7	資産市場の持つ役割: 利率はどのように決まるのか	8	一般均衡分析入門: 複雑な市場の相互関係について考える	9	為替レートと国際取引: 為替レートの決定要因と経済への影響	10	国際貿易の基礎: 生産はどこで行うべきか	11	経済政策と経済①: 伝統的な経済政策の持つ意味	12	経済政策と経済②: 非伝統的金融政策とその効果	13	労働市場と失業: 失業が発生する仕組みと貨幣錯覚	14	期待が現実を動かす仕組み: 金利、為替、金融危機との関係	15	総まとめ: 時事問題に関するマクロ経済学からの考察
1	イントロダクション: マクロ経済学をMBAで学ぶ意味																																
2	GDPとは何か?: GDP統計の基礎と性質																																
3	様々な物価指標と国際収支統計の持つ意味																																
4	貨幣とは何か?: 貨幣の仕組みから中央銀行の役割を考える																																
5	消費の決定: 家計の消費貯蓄選択を考える																																
6	投資の決定: 企業が投資を行う基準について考える																																
7	資産市場の持つ役割: 利率はどのように決まるのか																																
8	一般均衡分析入門: 複雑な市場の相互関係について考える																																
9	為替レートと国際取引: 為替レートの決定要因と経済への影響																																
10	国際貿易の基礎: 生産はどこで行うべきか																																
11	経済政策と経済①: 伝統的な経済政策の持つ意味																																
12	経済政策と経済②: 非伝統的金融政策とその効果																																
13	労働市場と失業: 失業が発生する仕組みと貨幣錯覚																																
14	期待が現実を動かす仕組み: 金利、為替、金融危機との関係																																
15	総まとめ: 時事問題に関するマクロ経済学からの考察																																

授業科目名 (英語表記)	ビジネスモデル ( Business Model )																																
担当教員氏名	上野 正雄																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	<p>・ビジネスモデルの類型について体系的に学んで頂き、またケーススタディを通じて、最新ビジネスモデルを考察し、ビジネスモデルとは何かについて、習熟いただく。</p> <p>・担当教員における経営コンサルティングの実例(サニタイズ版)も活用しながら、実践的な討議を行い、各学生に、積極的かつ頻度を上げてプレゼンテーションを実施していただく。</p>																																
授業の概要	<p>・ビジネスモデルの定義、類型、及びフレームワークを学ぶ</p> <p>・複数のグループに分かれて、特定業界(例: インターネット、製造、ヘルスケア、金融、消費財)におけるビジネスモデルを分析し、各業界における競争優位性の確立に向けた打ち手を検証する</p> <p>・広島の地元企業(例: 航空機部品サプライヤー)を分析し、ビジネスモデルをどのように革新すれば、さらなる事業成長・収益改善に繋げられるかを熟考し、解を導き出す</p> <p>・学生が就業する業界・企業を対象に、ビジネスモデルの革新・創造に向けた検討を行い、提言を取りまとめる</p> <p>* 内容・日程は仮、変更可能性あり</p>																																
成績評価の方法	日常点(毎講義のケース討議への貢献度とケースメソッド課題レポート): 70% レポート(最終プレゼンテーションを評価。提出物あり): 30%																																
テキスト	指定しない。適時、参考書を紹介する。																																
参考文献	・三谷宏治[2014]『ビジネスモデル全史』(ディスカバリー・トゥエンティワン)																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	1日3-4コマの連続講義につき、各日に講義の理解を深める目的で、特定論点を熟考し、プレゼンテーションを行って頂く。活発な発言・議論を期待																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>ビジネスモデルとは?(定義・類型・フレームワーク)</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>ビジネスモデルの事例紹介①</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>ビジネスモデルの事例紹介②</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>ビジネスモデルの事例からの示唆出し、プレゼンテーション</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>グループディスカッション: 特定業界のビジネスモデル分析</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>グループディスカッション: 特定業界のビジネスモデルからの示唆出し</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>グループディスカッション: プレゼンテーションと膝詰め議論①</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>グループディスカッション: プレゼンテーションと膝詰め議論②</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>航空機OEM/サプライヤー業界構造の理解</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>地元航空機部品サプライヤーのケーススタディ①(ゲストスピーカーを調整中)</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>地元航空機部品サプライヤーのケーススタディ②(ゲストスピーカーを調整中)</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>ケーススタディ①・②からの示唆出し、プレゼンテーション</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>ビジネスモデル講座を通じた学び(まとめ)</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>学生が就業する業界・企業におけるビジネスモデルについて初期的考察</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>学生が就業する業界・企業におけるビジネスモデルについてプレゼンテーション</td> </tr> </table>			1	ビジネスモデルとは?(定義・類型・フレームワーク)	2	ビジネスモデルの事例紹介①	3	ビジネスモデルの事例紹介②	4	ビジネスモデルの事例からの示唆出し、プレゼンテーション	5	グループディスカッション: 特定業界のビジネスモデル分析	6	グループディスカッション: 特定業界のビジネスモデルからの示唆出し	7	グループディスカッション: プレゼンテーションと膝詰め議論①	8	グループディスカッション: プレゼンテーションと膝詰め議論②	9	航空機OEM/サプライヤー業界構造の理解	10	地元航空機部品サプライヤーのケーススタディ①(ゲストスピーカーを調整中)	11	地元航空機部品サプライヤーのケーススタディ②(ゲストスピーカーを調整中)	12	ケーススタディ①・②からの示唆出し、プレゼンテーション	13	ビジネスモデル講座を通じた学び(まとめ)	14	学生が就業する業界・企業におけるビジネスモデルについて初期的考察	15	学生が就業する業界・企業におけるビジネスモデルについてプレゼンテーション
1	ビジネスモデルとは?(定義・類型・フレームワーク)																																
2	ビジネスモデルの事例紹介①																																
3	ビジネスモデルの事例紹介②																																
4	ビジネスモデルの事例からの示唆出し、プレゼンテーション																																
5	グループディスカッション: 特定業界のビジネスモデル分析																																
6	グループディスカッション: 特定業界のビジネスモデルからの示唆出し																																
7	グループディスカッション: プレゼンテーションと膝詰め議論①																																
8	グループディスカッション: プレゼンテーションと膝詰め議論②																																
9	航空機OEM/サプライヤー業界構造の理解																																
10	地元航空機部品サプライヤーのケーススタディ①(ゲストスピーカーを調整中)																																
11	地元航空機部品サプライヤーのケーススタディ②(ゲストスピーカーを調整中)																																
12	ケーススタディ①・②からの示唆出し、プレゼンテーション																																
13	ビジネスモデル講座を通じた学び(まとめ)																																
14	学生が就業する業界・企業におけるビジネスモデルについて初期的考察																																
15	学生が就業する業界・企業におけるビジネスモデルについてプレゼンテーション																																

授業科目名 (英語表記)	イノベーションと組織 ( Innovation for Service Management )																																
担当教員氏名	山田 眞次郎																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	「イノベーション」とは「技術革新」のことではない。もともとの語源は、人びとに新しい「生活経験」を約束することだったのだが、いつの間にか供給サイドの問題であり、産業分野の問題であると思われる。本講義では、自らが生み出した「イノベーション」も紹介しながら、「イノベーション」本来の意味から考え直し、「イノベーション」を生む、ロマンあふれるビジネス・コミュニティーの作り方に重点を置いた講義とワークショップで授業を行う。																																
授業の概要	戦後のビジネスパラダイムには3つのカーブがある。第1カーブは50～80年代の高度成長期だ。技術革新と大量生産、供給者と消費者とが対峙し、作れば売れる時代。第2のカーブは80～2000年初頭の、技術的には「I&C革命」や「POSシステム」によって、情報の流れ、量と質、コンテンツ、そして人々のコミュニケーションが変わり、消費者は「顧客」に格上げされ、供給者と顧客の間の「関係づくり」が急速に発展した。第3のカーブは、90年代後半から今世紀にかけて起きつつある「大きな革命」、そして「大きな大転換」だ。インターネットによるソーシャル・メディアの出現で「多対多」の関係が生まれた。ビジネスや社会の主導権は、企業から普通の人々(生活者)に移り始めている。現在は、この3つのカーブが重なりあって共存している。「イノベーションとは技術革新ではない」。本授業では、ビジネス・パラダイムの変化の歴史を認識するところから始め、「失われた25年」の間、日本からGoogleやFacebookなどの新産業が生まれない理由を明確にし、では、「日本からイノベーションを創発するにはどうするか?その組織のあり方は?」について、私自身がイノベーションを起した過程で学んだ体験を基に発想法を指導する。																																
成績評価の方法	日常授業(授業への参加度 発言)70% 課題提出レポート(30%)																																
テキスト	講義時に配布する資料によって行う																																
参考文献	山田眞次郎 井関利明[2012年]『思考』学研パブリッシング社																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	講義とディスカッション形式の授業になるので、積極的に発言すること																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクション (創業者としての思考法)</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>イノベーションの発想法(イノベーションを起した経験に基づく発想法)</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>1周遅れの日本の技術とビジネス (日本が戦後の発明に乗り遅れた理由)</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>日本の近代産業史からみた現代日本の弱さの原因</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>文明の発祥から経済学のできるまで 1 (世界の流れの中の日本の位置)</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>文明の発祥から経済学のできるまで 2 (世界の流れの中の日本の位置)</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>失われた20年で日本が得たもの(今すべきことは?)</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>「実行しないアイデアは無」(イノベーション発想法)</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>ディスカッション(イノベーションの創出練習)</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>ディスカッション(イノベーションの創出練習)</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>ディスカッション(イノベーションの創出練習)</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>ディスカッション(イノベーションの創出練習)</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>ディスカッション(イノベーションの創出練習)</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>ディスカッション(イノベーションの創出練習)</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>成果発表</td> </tr> </table>			1	イントロダクション (創業者としての思考法)	2	イノベーションの発想法(イノベーションを起した経験に基づく発想法)	3	1周遅れの日本の技術とビジネス (日本が戦後の発明に乗り遅れた理由)	4	日本の近代産業史からみた現代日本の弱さの原因	5	文明の発祥から経済学のできるまで 1 (世界の流れの中の日本の位置)	6	文明の発祥から経済学のできるまで 2 (世界の流れの中の日本の位置)	7	失われた20年で日本が得たもの(今すべきことは?)	8	「実行しないアイデアは無」(イノベーション発想法)	9	ディスカッション(イノベーションの創出練習)	10	ディスカッション(イノベーションの創出練習)	11	ディスカッション(イノベーションの創出練習)	12	ディスカッション(イノベーションの創出練習)	13	ディスカッション(イノベーションの創出練習)	14	ディスカッション(イノベーションの創出練習)	15	成果発表
1	イントロダクション (創業者としての思考法)																																
2	イノベーションの発想法(イノベーションを起した経験に基づく発想法)																																
3	1周遅れの日本の技術とビジネス (日本が戦後の発明に乗り遅れた理由)																																
4	日本の近代産業史からみた現代日本の弱さの原因																																
5	文明の発祥から経済学のできるまで 1 (世界の流れの中の日本の位置)																																
6	文明の発祥から経済学のできるまで 2 (世界の流れの中の日本の位置)																																
7	失われた20年で日本が得たもの(今すべきことは?)																																
8	「実行しないアイデアは無」(イノベーション発想法)																																
9	ディスカッション(イノベーションの創出練習)																																
10	ディスカッション(イノベーションの創出練習)																																
11	ディスカッション(イノベーションの創出練習)																																
12	ディスカッション(イノベーションの創出練習)																																
13	ディスカッション(イノベーションの創出練習)																																
14	ディスカッション(イノベーションの創出練習)																																
15	成果発表																																

授業科目名 (英語表記)	イノベーション戦略 (Innovation Strategy)																																
担当教員氏名	生稲 史彦																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	1年前期の基礎的な講義内容を取りまとめ、さらに深い思考を進めるために、イノベーションを切り口に講義とディスカッションを行います。2年次の専門科目および実践科目の中で、本講義で学んだことや考えたことを活かせるような講義を目指します。																																
授業の概要	<p>経済社会をより豊かなものにするために、イノベーションへの期待が高まっています。しかしながら、イノベーションという社会現象は複数の主体が相互に影響を及ぼし、企業や地域をも巻き込む複雑な現象だと考えられています。それゆえ、「イノベーションを起こそう」というスローガンだけでは実現は難しいと考えられます。</p> <p>本講義では、イノベーションという概念が何を意味するのかという基礎から説明します。その上で、イノベーション・パターンや業界標準、プラットフォーム、ITベース・イノベーションなどの新しいトピックまで説明をします。基礎から応用へ、全体像から重要な個別トピックまでカバーすることで、受講者がイノベーションとはなにかを理解することを目指します。</p> <p>その上で、自社や地域の現状をイノベーションを結びつける思考を養いたいと考えています。具体的には、講義と組み合わせて行うディスカッションを通じて、「自社の取り組みはいかにすればイノベーションに繋がるのか」「広島という地域を起点にしたイノベーションとはなにか」を受講者とともに考えていきたいと思ひます。</p>																																
成績評価の方法	レポートによって評価する																																
テキスト	近能善範、高井文子(2011)『コア・テキストイノベーション・マネジメント』新世社。																																
参考文献	<p>一橋大学イノベーション研究センター編(2001)『イノベーション・マネジメント入門』日本経済新聞社。</p> <p>延岡健太郎『MOT[技術経営]入門』日本経済新聞社。</p> <p>伊丹敬之(2001)『創造的論文の書き方』有斐閣。</p> <p>清水洋(2016)『ジェネラル・パーパス・テクノロジーのイノベーション—半導体レーザーの技術進化の日米比較』有斐閣。</p> <p>生稲史彦(「2012)『開発生産性のディレンマ—デジタル化時代のイノベーション・パターン』有斐閣。</p>																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	<p>講義内容を踏まえ、自社の状況と結びつけながら考え、積極的な講義への参加を希望します。</p> <p>※講義計画は講義の過程で変更される可能性があります。</p>																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクション—イノベーションという概念</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>イノベーションのプロセス</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>イノベーションのパターン</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>成熟期と脱成熟—自社のビジネス環境を考える(ディスカッション)</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>イノベーションと企業の競争力</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>自社にとってのdisruptive innovaion(ディスカッション)</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>業界標準の力</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>ケース・ディスカッション</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>アーキテクチャという考え方</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>自社の製品サービスのアーキテクチャ(ディスカッション)</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>プラットフォームとコンテンツ</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>柔軟なビジネスモデル(ディスカッション)</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>企業の競争優位とIT(講義とディスカッション)</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>ユーザ・イノベーション(講義とディスカッション)</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>講義のまとめ</td> </tr> </table>			1	イントロダクション—イノベーションという概念	2	イノベーションのプロセス	3	イノベーションのパターン	4	成熟期と脱成熟—自社のビジネス環境を考える(ディスカッション)	5	イノベーションと企業の競争力	6	自社にとってのdisruptive innovaion(ディスカッション)	7	業界標準の力	8	ケース・ディスカッション	9	アーキテクチャという考え方	10	自社の製品サービスのアーキテクチャ(ディスカッション)	11	プラットフォームとコンテンツ	12	柔軟なビジネスモデル(ディスカッション)	13	企業の競争優位とIT(講義とディスカッション)	14	ユーザ・イノベーション(講義とディスカッション)	15	講義のまとめ
1	イントロダクション—イノベーションという概念																																
2	イノベーションのプロセス																																
3	イノベーションのパターン																																
4	成熟期と脱成熟—自社のビジネス環境を考える(ディスカッション)																																
5	イノベーションと企業の競争力																																
6	自社にとってのdisruptive innovaion(ディスカッション)																																
7	業界標準の力																																
8	ケース・ディスカッション																																
9	アーキテクチャという考え方																																
10	自社の製品サービスのアーキテクチャ(ディスカッション)																																
11	プラットフォームとコンテンツ																																
12	柔軟なビジネスモデル(ディスカッション)																																
13	企業の競争優位とIT(講義とディスカッション)																																
14	ユーザ・イノベーション(講義とディスカッション)																																
15	講義のまとめ																																

授業科目名 (英語表記)	サービスマーケティング (Service Marketing)																																
担当教員氏名	江戸 克栄																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上の位置づけは、マーケティングの応用科目で、サービスマネジメントへの展開科目である。学生が、基本を深めたサービスに関わる学問的な知識を獲得し、マーケティング戦略の実践への応用力を醸成することを目的にしている。基礎科目の「マーケティング」、応用科目の「イノベーション戦略」「顧客コミュニケーションとリーダーシップ」「健康ビジネスのイノベーション」「地域福祉イノベーション」と関連する科目である。																																
授業の概要	現代はサービス経済の時代であると言われて久しい。日本経済でも、多岐にわたるサービス産業が経済に占める比率は大きく、効果的なサービスマーケティング戦略を策定できる人材育成が喫緊の課題であることは言うまでもない。講義では、まずサービスの特徴、サービスマーケティングやサービスマネジメントに特有の問題を理解する。次に、サービスだけ、モノだけを供給している企業や組織はほとんどないことをふまえた、マーケティング戦略策定のためのフレームワークを紹介し、それらが、身近にある多様な産業の事例で、どのように応用されて事業を成功へと導いているかを理解する。授業は、講義、事例発表、ディスカッションの3メソッドを併用することにより、学術的な知識の獲得、事例を通じた実務的視点での確認、ディスカッションによる定着を、シームレスに進める。																																
成績評価の方法	日常点(講義内のディスカッションへの積極的参加と小レポート):50% レポート:50%																																
テキスト	講義時に適宜配付する。																																
参考文献	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ラブロック他[2008]『ラブロック&amp;ウィルツのサービスマーケティング』ピアソン・エデュケーション</li> <li>・ジェームス・トゥポール[2007]『サービス・ストラテジー』ファーストプレス</li> </ul>																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	発表は、知識が実務にどのように応用されているか、応用できるかという視点から行う。自身が発表しない回でも、発表されるテーマについて調べておき、活発にディスカッションへ参加することが求められる。																																
授業計画	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 5%;">1</td><td>サービスの定義</td></tr> <tr><td>2</td><td>サービスマーケティングの特徴</td></tr> <tr><td>3</td><td>サービス品質</td></tr> <tr><td>4</td><td>サービスミックス</td></tr> <tr><td>5</td><td>サイレントニーズ</td></tr> <tr><td>6</td><td>プロフェッショナルサービスマーケティング</td></tr> <tr><td>7</td><td>サービスドミナントロジック</td></tr> <tr><td>8</td><td>サービスエンカウンターと消費者行動</td></tr> <tr><td>9</td><td>ビジネスをサービスとして考える</td></tr> <tr><td>10</td><td>製造業のサービス展開</td></tr> <tr><td>11</td><td>サービスの需要と供給のマネジメント</td></tr> <tr><td>12</td><td>サービス人材とインターナルマーケティング</td></tr> <tr><td>13</td><td>顧客との良好な関係構築とサービス・リカバリー</td></tr> <tr><td>14</td><td>サービスデザイン</td></tr> <tr><td>15</td><td>オープン・サービス・イノベーション</td></tr> </table>			1	サービスの定義	2	サービスマーケティングの特徴	3	サービス品質	4	サービスミックス	5	サイレントニーズ	6	プロフェッショナルサービスマーケティング	7	サービスドミナントロジック	8	サービスエンカウンターと消費者行動	9	ビジネスをサービスとして考える	10	製造業のサービス展開	11	サービスの需要と供給のマネジメント	12	サービス人材とインターナルマーケティング	13	顧客との良好な関係構築とサービス・リカバリー	14	サービスデザイン	15	オープン・サービス・イノベーション
1	サービスの定義																																
2	サービスマーケティングの特徴																																
3	サービス品質																																
4	サービスミックス																																
5	サイレントニーズ																																
6	プロフェッショナルサービスマーケティング																																
7	サービスドミナントロジック																																
8	サービスエンカウンターと消費者行動																																
9	ビジネスをサービスとして考える																																
10	製造業のサービス展開																																
11	サービスの需要と供給のマネジメント																																
12	サービス人材とインターナルマーケティング																																
13	顧客との良好な関係構築とサービス・リカバリー																																
14	サービスデザイン																																
15	オープン・サービス・イノベーション																																
オフィスアワー	講義1コマ目に学生と相談の上、決定																																

授業科目名 (英語表記)	顧客コミュニケーションとリーダーシップ (Leadership for Customer Communication)																																
担当教員氏名	田中 浩子																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、応用科目である。基礎科目の「マーケティング」や応用科目の「ビジネスモデル」、「イノベーション戦略」と関連性が高い。 魅力的な顧客接点作りを通して、専門知識を理解し、ビジネスリーダーとして解決への筋道を立てることができる「問題解決力」を高めることを目指す。その過程で、リーダーシップを発揮する力を涵養する。																																
授業の概要	モノやサービスを買って、所有して、廃棄する一連のプロセスを理解するための考え方を説明した上で、「食品小売業の売場」を事例に挙げながら、品揃え、売場のデザイン、店頭プロモーション(POP、試食販売、ライブ販売など)、顧客管理などを学ぶ。顧客接点を作る際に必要とされる法律(食品表示法、薬機法)についても講義する。 また食や健康関連のイベントや展示会(県物産展、大型商談会)に出展する際のブースプロデュースについても解説を行い、グループワークによる企画書の作成を行う。																																
成績評価の方法	日常点(授業内の発言・態度):30% 企画発表会:30%、提出物:40% ※原則3分の2以上出席した場合のみ成績評価の対象とする。																																
テキスト	特になし。																																
参考文献	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 田中洋[2015]『消費者行動論』中央経済社。</li> <li>・ 宮副 謙司・須田敏子・細田高道・澤田直宏[2013]『流通業のためのMBA入門—リーダーに求められる視点を学ぶ』ダイヤモンド社。</li> </ul>																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	マーケティングを履修していることが望ましい。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>流通における顧客コミュニケーション①</td></tr> <tr><td>2</td><td>流通における顧客コミュニケーション②</td></tr> <tr><td>3</td><td>食ビジネスの現状①</td></tr> <tr><td>4</td><td>食ビジネスの現状②</td></tr> <tr><td>5</td><td>消費者行動の基礎①</td></tr> <tr><td>6</td><td>消費者行動の基礎②</td></tr> <tr><td>7</td><td>品揃えのマネジメント</td></tr> <tr><td>8</td><td>売場のデザイン</td></tr> <tr><td>9</td><td>52週のマーチャンダイジング</td></tr> <tr><td>10</td><td>店頭プロモーションと関連法規</td></tr> <tr><td>11</td><td>展示会プロモーション</td></tr> <tr><td>12</td><td>顧客接点の企画①</td></tr> <tr><td>13</td><td>顧客接点の企画②</td></tr> <tr><td>14</td><td>顧客接点の企画③</td></tr> <tr><td>15</td><td>企画発表会</td></tr> </table>			1	流通における顧客コミュニケーション①	2	流通における顧客コミュニケーション②	3	食ビジネスの現状①	4	食ビジネスの現状②	5	消費者行動の基礎①	6	消費者行動の基礎②	7	品揃えのマネジメント	8	売場のデザイン	9	52週のマーチャンダイジング	10	店頭プロモーションと関連法規	11	展示会プロモーション	12	顧客接点の企画①	13	顧客接点の企画②	14	顧客接点の企画③	15	企画発表会
1	流通における顧客コミュニケーション①																																
2	流通における顧客コミュニケーション②																																
3	食ビジネスの現状①																																
4	食ビジネスの現状②																																
5	消費者行動の基礎①																																
6	消費者行動の基礎②																																
7	品揃えのマネジメント																																
8	売場のデザイン																																
9	52週のマーチャンダイジング																																
10	店頭プロモーションと関連法規																																
11	展示会プロモーション																																
12	顧客接点の企画①																																
13	顧客接点の企画②																																
14	顧客接点の企画③																																
15	企画発表会																																
オフィスアワー	【第3・7クォーター】毎週火曜日5限																																

授業科目名 (英語表記)	マーケティングリサーチ (Marketing Research)																																
担当教員氏名	江戸 克栄																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	現代社会において、ビジネスを理解するためにはマーケティングが重要である。本講義は「マーケティング」の発展・応用科目として位置づけられる。特に本授業では、マーケティングのための「分析力」を学ぶことが目標である。市場、顧客、ユーザーを理解するためのマーケティング分析およびマーケティングリサーチの具体的方法を修得することが目標である。																																
授業の概要	マーケティングの発展・応用科目である本授業では、マーケティングに必要な「分析力」を養うためにマーケティングリサーチの基本を体系的に学ぶとともに、それを実際に使いこなすことができるための方法について学習する。マーケティングリサーチを企画(リサーチ課題とリサーチ方法、標本設計、調査票の作成)と分析(単純集計及びクロス集計、多変量解析の基本)の2つに大きく分け、これらに関する知識を学び、自らリサーチを設計、データサンプル分析を行い、実践的な授業を行っていく。最後には自ら行ったリサーチのプレゼンテーションを行う。																																
成績評価の方法	日常点:10% プレゼンテーション及びレポート:80% 小レポート(授業中に課される課題の評価):10%																																
テキスト	・近藤 光雄[2004]『マーケティング・リサーチ入門』日本経済新聞社。																																
参考文献	参考文献、参考資料については随時授業中に紹介する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	基礎科目「マーケティング」を受講しておくことが望ましい。Microsoft Excelを使用するので最低限の操作を理解しておくことが必要である。履修者人数によっては、グループワークを行う場合もある。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクションー市場・顧客・ユーザー理解に向けてー</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>市場環境分析とマーケティングリサーチー定量調査と定性調査ー</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>マーケティングのためのリサーチ企画①「リサーチ課題とリサーチ方法」</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>リサーチ課題の明確化と仮説設定</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>マーケティングのためのリサーチ企画②「標本設計」</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>標本設計と標本誤差を知る</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>マーケティングのためのリサーチ企画③「調査票の作成」</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>調査票の作成手順、質問項目、回答方法の理解</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>マーケティングのためのリサーチ分析①「単純集計およびクロス集計」</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>平均、分散、標準偏差によるマーケティング分析</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>マーケティングのためのリサーチ分析②「多変量解析の基本」</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>相関と回帰分析によるマーケティング分析</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>マーケティング分析とリサーチリテラシー</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>アドバンスドマーケティングのための新しいリサーチ手法</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>アドバンスドマーケティングプレゼンテーション</td> </tr> </table>			1	イントロダクションー市場・顧客・ユーザー理解に向けてー	2	市場環境分析とマーケティングリサーチー定量調査と定性調査ー	3	マーケティングのためのリサーチ企画①「リサーチ課題とリサーチ方法」	4	リサーチ課題の明確化と仮説設定	5	マーケティングのためのリサーチ企画②「標本設計」	6	標本設計と標本誤差を知る	7	マーケティングのためのリサーチ企画③「調査票の作成」	8	調査票の作成手順、質問項目、回答方法の理解	9	マーケティングのためのリサーチ分析①「単純集計およびクロス集計」	10	平均、分散、標準偏差によるマーケティング分析	11	マーケティングのためのリサーチ分析②「多変量解析の基本」	12	相関と回帰分析によるマーケティング分析	13	マーケティング分析とリサーチリテラシー	14	アドバンスドマーケティングのための新しいリサーチ手法	15	アドバンスドマーケティングプレゼンテーション
1	イントロダクションー市場・顧客・ユーザー理解に向けてー																																
2	市場環境分析とマーケティングリサーチー定量調査と定性調査ー																																
3	マーケティングのためのリサーチ企画①「リサーチ課題とリサーチ方法」																																
4	リサーチ課題の明確化と仮説設定																																
5	マーケティングのためのリサーチ企画②「標本設計」																																
6	標本設計と標本誤差を知る																																
7	マーケティングのためのリサーチ企画③「調査票の作成」																																
8	調査票の作成手順、質問項目、回答方法の理解																																
9	マーケティングのためのリサーチ分析①「単純集計およびクロス集計」																																
10	平均、分散、標準偏差によるマーケティング分析																																
11	マーケティングのためのリサーチ分析②「多変量解析の基本」																																
12	相関と回帰分析によるマーケティング分析																																
13	マーケティング分析とリサーチリテラシー																																
14	アドバンスドマーケティングのための新しいリサーチ手法																																
15	アドバンスドマーケティングプレゼンテーション																																
オフィスアワー	講義1コマ目に学生と相談の上、決定																																

授業科目名 (英語表記)	管理会計 ( Management Accounting for Decision Making )																																
担当教員氏名	村上 敏也																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、情報にもとづく戦略的な思考力および実践的な意思決定力を身につけるための経営データ分析の領域に位置づけされる応用科目である。したがって、管理会計の基本となる知識や手法について体験的に直観を磨き、データにもとづく意思決定に慣れることを目指している。また、今後の経営において必要となるデータ分析リテラシーおよび相互に学び合う態度(学びの共同体)を涵養する。																																
授業の概要	今日の成熟社会で活躍する人財には、様々なデータにもとづきチームワークで科学的に意思決定を改善していくための技能が必要である。そのようなデータの一つとして、組織の活動を測定し伝達する会計情報の性質を理解し、その有効な活用方法を習得することを目指す。そこで本科目では、管理会計上の多様な情報を使った体験的な分析に取り組むことで、データを経営上の意思決定やチームワークにいかすための実践的な知識を習得することとする。																																
成績評価の方法	日常点(各回の授業における貢献度):40% 準備レポート(ケースメソッドの小レポート):30% レポート(講義後に提出する作業レポート):30%																																
テキスト	講義資料を配布する。その他、必要に応じて参考図書を紹介する。																																
参考文献	<ul style="list-style-type: none"> <li>・林 總[2007]『わかる!管理会計(新版)』ダイヤモンド社。</li> <li>・清水孝ら[2009]『スタンダード管理会計』東洋経済新報社。</li> <li>・櫻井通晴[2012]『管理会計(第五版)』同文館出版。</li> </ul>																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	ケースメソッドでは、グループ討論およびクラス討論をおこなうので、事前に配布するケース教材を必ず読んでから講義に参加すること。毎回の講義でグループあるいはクラス討論を行うので、積極的な姿勢で講義に臨むこと。※最終回は学生発表とすることがある。また、学生発表とする場合、当日の授業時間が延長となることがある。																																
授業計画	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 5%;">1</td><td>オリエンテーション</td></tr> <tr><td>2</td><td>工業簿記の概要</td></tr> <tr><td>3</td><td>ケースメソッド:「企業価値創造と業績評価」</td></tr> <tr><td>4</td><td>不確実性下の意思決定</td></tr> <tr><td>5</td><td>ケースメソッド:「現在価値による評価」</td></tr> <tr><td>6</td><td>表計算による事業投資の経済性分析</td></tr> <tr><td>7</td><td>ケースメソッド:「経営効率と経済性」</td></tr> <tr><td>8</td><td>表計算による設備投資の経済性分析</td></tr> <tr><td>9</td><td>ケースメソッド:「原価計算」</td></tr> <tr><td>10</td><td>表計算による損益分岐点分析</td></tr> <tr><td>11</td><td>ケースメソッド:「固定費と変動費」</td></tr> <tr><td>12</td><td>表計算による原価差異データ分析</td></tr> <tr><td>13</td><td>ケースメソッド:「活動基準原価計算」</td></tr> <tr><td>14</td><td>シミュレーションによる利益計画</td></tr> <tr><td>15</td><td>ケースメソッド:「営業費分析」※上記の注意事項を参照</td></tr> </table>			1	オリエンテーション	2	工業簿記の概要	3	ケースメソッド:「企業価値創造と業績評価」	4	不確実性下の意思決定	5	ケースメソッド:「現在価値による評価」	6	表計算による事業投資の経済性分析	7	ケースメソッド:「経営効率と経済性」	8	表計算による設備投資の経済性分析	9	ケースメソッド:「原価計算」	10	表計算による損益分岐点分析	11	ケースメソッド:「固定費と変動費」	12	表計算による原価差異データ分析	13	ケースメソッド:「活動基準原価計算」	14	シミュレーションによる利益計画	15	ケースメソッド:「営業費分析」※上記の注意事項を参照
1	オリエンテーション																																
2	工業簿記の概要																																
3	ケースメソッド:「企業価値創造と業績評価」																																
4	不確実性下の意思決定																																
5	ケースメソッド:「現在価値による評価」																																
6	表計算による事業投資の経済性分析																																
7	ケースメソッド:「経営効率と経済性」																																
8	表計算による設備投資の経済性分析																																
9	ケースメソッド:「原価計算」																																
10	表計算による損益分岐点分析																																
11	ケースメソッド:「固定費と変動費」																																
12	表計算による原価差異データ分析																																
13	ケースメソッド:「活動基準原価計算」																																
14	シミュレーションによる利益計画																																
15	ケースメソッド:「営業費分析」※上記の注意事項を参照																																
オフィスアワー	毎週水曜日16時～19時, 場所は担当教員研究室																																

授業科目名 (英語表記)	財務会計 (Financial Accounting)																																
担当教員氏名	安達 巧																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	この授業は、外部報告会計とも呼ばれている財務会計について学ぶ。カリキュラム上は「応用科目」の選択科目の1つである。基礎科目の「アカウンティング」が履修済みであること及び学部レベルの財務分析(財務比率)の知識を有することを前提として講義が進められる。この授業の目標は、受講生が財務諸表分析の結果から当該企業の課題を抽出できるようになることに加え、外部報告会計の結果である財務諸表は多様な利害関係者から評価されるもの(内容)でなければならないと学ぶことである。																																
授業の概要	この授業では、まず、企業外部の利害関係者(ステークホルダー)の意思決定における会計情報の有用性や財務諸表の役割等、財務会計(外部報告会計)についての習熟に努める。続いて、自社の財務諸表について理解を深め、たうえで財務諸表分析を行い、課題を把握して解決策を考える。その後、多様な利害関係者の立場で財務諸表を検証するとともに、事例(ケース)研究でディスカッションを実施して最後にまとめを行う。																																
成績評価の方法	自社の財務[諸表]に関するレポート25%、多様な利害関係者の立場からの財務諸表の検証に関するレポート25%、事例(ケース)に関するレポート(各事例研究の授業実施前に提出)25%、平常点(ディスカッションでの発言による授業への貢献)25%																																
テキスト	テキストは特に定めない																																
参考文献	桜井久勝『財務会計講義<第18版>』中央経済社(2017年)、 矢島雅己『決算書はここだけ読もう 2017年版』弘文堂(2016年)。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	①予習及び復習が十分に為されていることを前提に授業は行われるため、それを十分に認識したうえで履修の有無を判断すること。②「教えて貰う」との受動的態度を捨て、自ら能動的に学修する(学ぶ)こと。③説明の順番等、授業内容については若干の変更もあり得る(授業時に事前告知する)。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクション</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>財務諸表の役割と企業会計制度</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>財務諸表の信頼性</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>自社の財務諸表作成過程を理解する; フィールドワーク</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>自社の財務諸表を分析する①(貸借対照表、株主資本等変動計算書); フィールドワーク</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>自社の財務諸表を分析する②(損益計算書、キャッシュ・フロー計算書); フィールドワーク</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>自社の財務分析により明らかになった課題の解決策を考える; フィールドワーク</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>株主の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>債権者の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>投資家(潜在的株主)の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>税務当局の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>財務諸表の事例(ケース)研究①ー製造業</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>財務諸表の事例(ケース)研究②ーサービス業</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>財務諸表の事例(ケース)研究③ー広島企業</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>総まとめ</td> </tr> </table>			1	イントロダクション	2	財務諸表の役割と企業会計制度	3	財務諸表の信頼性	4	自社の財務諸表作成過程を理解する; フィールドワーク	5	自社の財務諸表を分析する①(貸借対照表、株主資本等変動計算書); フィールドワーク	6	自社の財務諸表を分析する②(損益計算書、キャッシュ・フロー計算書); フィールドワーク	7	自社の財務分析により明らかになった課題の解決策を考える; フィールドワーク	8	株主の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する	9	債権者の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する	10	投資家(潜在的株主)の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する	11	税務当局の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する	12	財務諸表の事例(ケース)研究①ー製造業	13	財務諸表の事例(ケース)研究②ーサービス業	14	財務諸表の事例(ケース)研究③ー広島企業	15	総まとめ
1	イントロダクション																																
2	財務諸表の役割と企業会計制度																																
3	財務諸表の信頼性																																
4	自社の財務諸表作成過程を理解する; フィールドワーク																																
5	自社の財務諸表を分析する①(貸借対照表、株主資本等変動計算書); フィールドワーク																																
6	自社の財務諸表を分析する②(損益計算書、キャッシュ・フロー計算書); フィールドワーク																																
7	自社の財務分析により明らかになった課題の解決策を考える; フィールドワーク																																
8	株主の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する																																
9	債権者の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する																																
10	投資家(潜在的株主)の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する																																
11	税務当局の立場から外部報告会計(財務諸表)を検証する																																
12	財務諸表の事例(ケース)研究①ー製造業																																
13	財務諸表の事例(ケース)研究②ーサービス業																																
14	財務諸表の事例(ケース)研究③ー広島企業																																
15	総まとめ																																
オフィスアワー	[「財務会計」開講期間については]「財務会計」授業実施日12:00~13:00 (場所; 1476研究室)																																

授業科目名 (英語表記)	意思決定データ分析 ( Data Analysis for Decision Making )																																
担当教員氏名	村上 敏也																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、理論と実践が融合した応用科目に位置づけられる。したがって、本科目では、情報サービス産業等における経営戦略についての知識とともに、情報サービスを活用した企業および事業戦略の分析手法についても実践的な知識を体験的に身につけることを目指している。																																
授業の概要	今日の高度化がすすむ情報社会では、企業の意思決定権がますます再配分され、消費者や現場の従業員による意思決定プロセスへの参加が加速している。こうした環境において、情報データ分析の果たす役割はますます重要なものとなってきている。一方で、新しい事業や組織で活躍する人財には、自ら問題を発見・解決するベンチャー起業家的な素養に比べ、チームワークによって成果を出し続けるための科学的な意思決定の技能が大切である。そこで本科目では、実際にデータを取得し、事業や企業を分析する体験を通じて、新たな事業構想を得るための素養の向上を目指す。そして最後に具体的な事例をグループでとりあげ、企業や事業の将来性について仮説・検証型のプレゼンテーションを行う予定である。																																
成績評価の方法	日常点(各回の授業における貢献度): 30% レポート(講義後に提出する作業レポート): 40% グループ発表(作業の成果および担当部分についてのレポート): 30%																																
テキスト	村上裕太郎[2016]『なぜ、会計嫌いのあいつが会社の数字に強くなった?』東洋経済新報社  講義資料を配布する。その他、必要に応じて参考図書を紹介する。																																
参考文献	・ジェフリー・フェファー、ロバート・サットン[2009]『事実に基づいた経営』東洋経済新報社。 ・トーマス・ダベンポート[2008]『分析力を武器とする企業』日経BP社。 ・トーマス・ダベンポート[2011]『分析力を駆使する企業』日経BP社。 ・トーマス・ダベンポート[2014]『データ・アナリティクス3.0』日経BP社。 ・スティーブン・ブランク[2009]『アントレプレナーの教科書』翔泳社。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	ケースメソッドでは、グループ討論およびクラス討論をおこなうので、事前に配布するケース教材を必ず読んでから講義に参加すること。毎回の講義でグループあるいはクラス討論を行うので、積極的な姿勢で講義に臨むこと。※最終回の学生発表では、当日の授業時間が延長となることがある。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>オリエンテーション</td></tr> <tr><td>2</td><td>データにもとづいた意思決定</td></tr> <tr><td>3</td><td>ケースメソッド:「情報と意思決定の質」</td></tr> <tr><td>4</td><td>データの収集・加工・分析</td></tr> <tr><td>5</td><td>演習:「記事情報サービスを使った検索サイト事業の定性・定量分析」</td></tr> <tr><td>6</td><td>定性分析のフレームワーク</td></tr> <tr><td>7</td><td>ケースメソッド:「飲食・旅行情報サービス事業のSWOT・PEST分析」</td></tr> <tr><td>8</td><td>業界分析のフレームワーク</td></tr> <tr><td>9</td><td>ケースメソッド:「ソーシャルネットワーク産業の5フォース分析」</td></tr> <tr><td>10</td><td>データからの情報抽出と意思決定</td></tr> <tr><td>11</td><td>ケースメソッド:「新規事業の創出と顧客開発モデル」</td></tr> <tr><td>12</td><td>情報の組織的活用</td></tr> <tr><td>13</td><td>ケースメソッド:「ネット企業におけるビッグデータ活用」</td></tr> <tr><td>14</td><td>演習:「定性・定量的データによる企業分析」</td></tr> <tr><td>15</td><td>グループ発表「5年後の成長企業(産業や事業)についての仮説・検証」※</td></tr> </table>			1	オリエンテーション	2	データにもとづいた意思決定	3	ケースメソッド:「情報と意思決定の質」	4	データの収集・加工・分析	5	演習:「記事情報サービスを使った検索サイト事業の定性・定量分析」	6	定性分析のフレームワーク	7	ケースメソッド:「飲食・旅行情報サービス事業のSWOT・PEST分析」	8	業界分析のフレームワーク	9	ケースメソッド:「ソーシャルネットワーク産業の5フォース分析」	10	データからの情報抽出と意思決定	11	ケースメソッド:「新規事業の創出と顧客開発モデル」	12	情報の組織的活用	13	ケースメソッド:「ネット企業におけるビッグデータ活用」	14	演習:「定性・定量的データによる企業分析」	15	グループ発表「5年後の成長企業(産業や事業)についての仮説・検証」※
1	オリエンテーション																																
2	データにもとづいた意思決定																																
3	ケースメソッド:「情報と意思決定の質」																																
4	データの収集・加工・分析																																
5	演習:「記事情報サービスを使った検索サイト事業の定性・定量分析」																																
6	定性分析のフレームワーク																																
7	ケースメソッド:「飲食・旅行情報サービス事業のSWOT・PEST分析」																																
8	業界分析のフレームワーク																																
9	ケースメソッド:「ソーシャルネットワーク産業の5フォース分析」																																
10	データからの情報抽出と意思決定																																
11	ケースメソッド:「新規事業の創出と顧客開発モデル」																																
12	情報の組織的活用																																
13	ケースメソッド:「ネット企業におけるビッグデータ活用」																																
14	演習:「定性・定量的データによる企業分析」																																
15	グループ発表「5年後の成長企業(産業や事業)についての仮説・検証」※																																
オフィスアワー	毎週水曜日16時～19時、場所は担当教員研究室																																

授業科目名 (英語表記)	ソーシャルデザイン思考 ( Social Design Thinking )																																
担当教員氏名	百武 ひろ子																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	本授業は、カリキュラムでは理論と実践にまたがる応用科目である。本授業の目標は、デザイン思考を身につけ、社会的課題の解決とビジネスに応用できるようにすることである。本授業を通して、デザイン思考に必要な批判的思考能力、コラボレーション力、ロジカルシンキング、アイデアを形にする力の醸成を目指す。																																
授業の概要	社会的課題をデザイン思考を用いて解決するソーシャルデザインは、社会イノベーションの方法論として注目を集めている。デザイン思考を身につけるためには、実際にデザイン思考のプロセスを実践することが不可欠である。このため本授業では、課題の設定から実際のソリューションのプロトタイピングまで一連のデザインプロセスを体験する。																																
成績評価の方法	日常点(授業への参加度、発表、ディスカッション、授業外での調査等):50% 最終プレゼンテーション:50%																																
テキスト	特になし。適宜必要な資料を配布する。																																
参考文献	クレイトン・クリステンセン他[2012]『イノベーションのDNA』翔泳社 トム・ケリー、デイヴィッド・ケリー[2014]『クリエイティブマインドセット』日経BP社 ティム・ブラウン[2014]『デザイン思考が世界を変える』早川書房																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	授業時間外に行う課題があります。これらの課題を含めてデザイン思考のプロセスを学びます。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>イントロダクション</td></tr> <tr><td>2</td><td>デザイン思考トライアル</td></tr> <tr><td>3</td><td>社会的課題の発見</td></tr> <tr><td>4</td><td>質問ストーミング</td></tr> <tr><td>5</td><td>アイデアの創出</td></tr> <tr><td>6</td><td>観察とインタビュー</td></tr> <tr><td>7</td><td>コンセプト・ストーリーの製作</td></tr> <tr><td>8</td><td>プロトタイピング</td></tr> <tr><td>9</td><td>中間発表</td></tr> <tr><td>10</td><td>ディスカッション1</td></tr> <tr><td>11</td><td>プレゼンテーション準備</td></tr> <tr><td>12</td><td>プロトタイプ修正</td></tr> <tr><td>13</td><td>最終発表</td></tr> <tr><td>14</td><td>ディスカッション2</td></tr> <tr><td>15</td><td>ソーシャルデザイン思考のプロセス</td></tr> </table>			1	イントロダクション	2	デザイン思考トライアル	3	社会的課題の発見	4	質問ストーミング	5	アイデアの創出	6	観察とインタビュー	7	コンセプト・ストーリーの製作	8	プロトタイピング	9	中間発表	10	ディスカッション1	11	プレゼンテーション準備	12	プロトタイプ修正	13	最終発表	14	ディスカッション2	15	ソーシャルデザイン思考のプロセス
1	イントロダクション																																
2	デザイン思考トライアル																																
3	社会的課題の発見																																
4	質問ストーミング																																
5	アイデアの創出																																
6	観察とインタビュー																																
7	コンセプト・ストーリーの製作																																
8	プロトタイピング																																
9	中間発表																																
10	ディスカッション1																																
11	プレゼンテーション準備																																
12	プロトタイプ修正																																
13	最終発表																																
14	ディスカッション2																																
15	ソーシャルデザイン思考のプロセス																																
オフィスアワー	毎週水曜日 16時～18時																																

授業科目名 (英語表記)	コーチングとリーダーシップ (Coaching for Leadership)																																
担当教員氏名	田坂 逸朗																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	<p>日常のビジネス現場においては、自分ひとりでは到底成し遂げられない高き志や想いを実現するために、仲間たちを巻き込み、一人ひとりの力を引き出し、そしてそれを集結させて大きな力へと昇華させることが必要である。多様性が高まり、変化のスピードも速く、そして誰も先を読めない世の中で、いかに新たな価値創造に結び付けて形にしていくのか。その力が求められている。コーチング力とリーダーシップ力を高めていくことが目標である。</p>																																
授業の概要	<p>リーダーシップの本質とは何か？ リーダーは、価値創造のために組織・部下・職場に対してどのような力を発揮すべきか。 本講義では、前半ではコーチング力、後半ではリーダーシップを扱い、心理学、組織論、行動経済学を駆使しながら、真のリーダーシップを発揮すべきリーダーを育成する。前半のコーチング力においては、コーチングのモデルと基本スキルを示しながら、後半のリーダーシップにおいては、ファシリテーター型リーダーやサーバントリーダーをテーマにしなが、理解を深める演習を繰り返し、自律分散型組織、「学習する組織」についての素養を培っていく。終盤では、可能な範囲での実践を推奨しながら、「チームビルディング」に関する考察省察の成果の発表を行う。</p>																																
成績評価の方法	<p>日常点(授業への参加度、演習・発表等): 30% 毎回の小レポート(リフレクションペーパー): 40% 最終成果発表: 30%</p>																																
テキスト	講義はレジュメを中心に行う。参考図書は、随時紹介するので、興味にあわせて購入すること。																																
参考文献	特に指定なし。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	人と関わること、コミュニケーションを体験的に学ぶ授業であるため、積極的な参加が必須である。また、実践に重点を置いているため、授業外の活動も必要となる。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>イントロダクション～コーチングとは何か</td></tr> <tr><td>2</td><td>インナーゲーム、GROWモデル、ラ・ポール</td></tr> <tr><td>3</td><td>コーチング・タイプ分析</td></tr> <tr><td>4</td><td>自分のコーチングをデザインする</td></tr> <tr><td>5</td><td>コーチングとリーダーシップ/メンバーのリーダーシップとリーダーの罫</td></tr> <tr><td>6</td><td>「学習する組織」と変化をもたらす成長プロセス</td></tr> <tr><td>7</td><td>コーチングの場を共につくる演習</td></tr> <tr><td>8</td><td>マグネットテーブル～アセッサと共に</td></tr> <tr><td>9</td><td>リーダーからの3つのアプローチ～アドバイザー、メンター、そしてコーチ</td></tr> <tr><td>10</td><td>チームビルディングとチームング</td></tr> <tr><td>11</td><td>「学習する組織」I(自己マスター)</td></tr> <tr><td>12</td><td>プロジェクター&amp;スクリーン</td></tr> <tr><td>13</td><td>「学習する組織」II(共有ビジョン)</td></tr> <tr><td>14</td><td>ロールレタリング</td></tr> <tr><td>15+16</td><td>「学習する組織」III(メンタルモデル)/実践成果発表</td></tr> </table>			1	イントロダクション～コーチングとは何か	2	インナーゲーム、GROWモデル、ラ・ポール	3	コーチング・タイプ分析	4	自分のコーチングをデザインする	5	コーチングとリーダーシップ/メンバーのリーダーシップとリーダーの罫	6	「学習する組織」と変化をもたらす成長プロセス	7	コーチングの場を共につくる演習	8	マグネットテーブル～アセッサと共に	9	リーダーからの3つのアプローチ～アドバイザー、メンター、そしてコーチ	10	チームビルディングとチームング	11	「学習する組織」I(自己マスター)	12	プロジェクター&スクリーン	13	「学習する組織」II(共有ビジョン)	14	ロールレタリング	15+16	「学習する組織」III(メンタルモデル)/実践成果発表
1	イントロダクション～コーチングとは何か																																
2	インナーゲーム、GROWモデル、ラ・ポール																																
3	コーチング・タイプ分析																																
4	自分のコーチングをデザインする																																
5	コーチングとリーダーシップ/メンバーのリーダーシップとリーダーの罫																																
6	「学習する組織」と変化をもたらす成長プロセス																																
7	コーチングの場を共につくる演習																																
8	マグネットテーブル～アセッサと共に																																
9	リーダーからの3つのアプローチ～アドバイザー、メンター、そしてコーチ																																
10	チームビルディングとチームング																																
11	「学習する組織」I(自己マスター)																																
12	プロジェクター&スクリーン																																
13	「学習する組織」II(共有ビジョン)																																
14	ロールレタリング																																
15+16	「学習する組織」III(メンタルモデル)/実践成果発表																																

授業科目名 (英語表記)	コーポレート・ガバナンス (Corporate Governance)																																
担当教員氏名	安達 巧																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	この授業は、コーポレート・ガバナンス(企業統治)について、事例(ケース)研究を交えながら学ぶ授業である。カリキュラム上は「応用科目」の選択科目の1つであるが、この授業の履修に際して前提となる科目は特にない。この授業の目標は、単なる規範論としてのコーポレートガバナンスではなく、不正行為防止と競争力・収益力の向上を通じた企業価値向上をとともに達成できる実効的なコーポレート・ガバナンスのあり方を理解できるようにすることである。																																
授業の概要	コーポレート・ガバナンスは「企業統治」と訳され、企業の不正行為の防止と競争力・収益力の向上を総合的に捉え、長期的な企業価値の増大に向けた企業経営の仕組みであると定義づけられることが多い。コーポレート・ガバナンスを実効あるものにするため、様々な法制度、組織内の制度、またインフォーマルな慣行が設けられている。だが、こうした諸制度・慣行を設計し実施するにあたっては、株主、債権者、従業員等の様々な利害関係者(ステークホルダー)の利害が衝突する場面も少なくない。したがって、誰がコーポレート・ガバナンスの主権者かという議論が生まれ、「会社は誰のものか」という点について様々な考え方が存在しているのが実情である。 この授業では、まずはコーポレートガバナンスをめぐる最近の動向について学び、その後、事例(ケース)研究で受講生とディスカッションを行う。さらに、受講生自身が所属する組織のガバナンスについても、フィールドワークを実施して課題解決を試みる。授業を通じて単なる規範論に留まらない実践的コーポレート・ガバナンスについて理解を深める。																																
成績評価の方法	事例(ケース)研究のレポート(各事例研究の授業実施前に提出)40%、自ら所属する組織のガバナンスに関するレポート30%、平常点(ディスカッションでの発言による授業への貢献)30%																																
テキスト	井上泉『企業不祥事の研究』文真堂(2015年) 樋口晴彦『なぜ、企業は不祥事を繰り返すのか』日刊工業新聞社(2015年)。																																
参考文献	安達巧『コーポレートガバナンスと監査と裁判所』ふくろう出版(2014年) 松田千恵子〔編著〕『これならわかる コーポレートガバナンスの教科書』日経BP社(2015年) 安達巧『企業倫理とコーポレートガバナンス』創成社(2002年)																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	①予習及び復習が十分に為されていることを前提に授業は行われるため、それを十分に認識したうえで履修の有無を判断すること。②「教えて貰う」との受動的態度を捨て、自ら能動的に学修する(学ぶ)こと。③説明の順番等、授業内容については若干の変更もあり得る(授業時に事前告知する)。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>コーポレート・ガバナンスとは何か</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>コーポレート・ガバナンスをめぐる最近の動向</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>事例(ケース)研究－大和銀行</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>事例(ケース)研究－NOVA&amp;東京ドームシティ</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>事例(ケース)研究－安愚楽牧場&amp;大王製紙</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>事例(ケース)研究－オリンパス</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>事例(ケース)研究－カネボウ&amp;JR北海道</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>事例(ケース)研究－みずほ銀行</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>事例(ケース)研究－阪急阪神ホテルズ</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>事例(ケース)研究－アクリフーズ&amp;ベネッセ</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>受講生が所属する組織のガバナンスに関するフィールドワーク①</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>受講生が所属する組織のガバナンスに関するフィールドワーク②</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>他社の不祥事等から学んだことを自らの組織のガバナンスに活かす①</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>他社の不祥事等から学んだことを自らの組織のガバナンスに活かす②</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>総まとめ</td> </tr> </table>			1	コーポレート・ガバナンスとは何か	2	コーポレート・ガバナンスをめぐる最近の動向	3	事例(ケース)研究－大和銀行	4	事例(ケース)研究－NOVA&東京ドームシティ	5	事例(ケース)研究－安愚楽牧場&大王製紙	6	事例(ケース)研究－オリンパス	7	事例(ケース)研究－カネボウ&JR北海道	8	事例(ケース)研究－みずほ銀行	9	事例(ケース)研究－阪急阪神ホテルズ	10	事例(ケース)研究－アクリフーズ&ベネッセ	11	受講生が所属する組織のガバナンスに関するフィールドワーク①	12	受講生が所属する組織のガバナンスに関するフィールドワーク②	13	他社の不祥事等から学んだことを自らの組織のガバナンスに活かす①	14	他社の不祥事等から学んだことを自らの組織のガバナンスに活かす②	15	総まとめ
1	コーポレート・ガバナンスとは何か																																
2	コーポレート・ガバナンスをめぐる最近の動向																																
3	事例(ケース)研究－大和銀行																																
4	事例(ケース)研究－NOVA&東京ドームシティ																																
5	事例(ケース)研究－安愚楽牧場&大王製紙																																
6	事例(ケース)研究－オリンパス																																
7	事例(ケース)研究－カネボウ&JR北海道																																
8	事例(ケース)研究－みずほ銀行																																
9	事例(ケース)研究－阪急阪神ホテルズ																																
10	事例(ケース)研究－アクリフーズ&ベネッセ																																
11	受講生が所属する組織のガバナンスに関するフィールドワーク①																																
12	受講生が所属する組織のガバナンスに関するフィールドワーク②																																
13	他社の不祥事等から学んだことを自らの組織のガバナンスに活かす①																																
14	他社の不祥事等から学んだことを自らの組織のガバナンスに活かす②																																
15	総まとめ																																
オフィスアワー	〔第4クォーターについては〕 土曜日15:00～16:00(場所;1476研究室)																																

授業科目名 (英語表記)	ファイナンス (Finance)																																
担当教員氏名	織山 和久																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	実際の経営においてビジネスリーダーが直面しうる財務課題に焦点を当てて、キャッシュフロー、割引率、現在価値分析といった基本的な考え方とアプローチを学ぶ。																																
授業の概要	この講義では、財務の基本的な考え方について、会社の立ち上げから成長、退出といった時系列に沿って授業を進める。全体観をもつことによって、問題を事前に回避し、問題に直面したときでも合理的な意思決定を行う素養を得ることを目指す。																																
成績評価の方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日常点(授業中の積極的な態度とクラスへの貢献): 70%</li> <li>・ プレゼンテーション: 30%</li> </ul>																																
テキスト	講義毎にレジユメを配布する																																
参考文献	砂川伸幸[2004]『コーポレート・ファイナンス入門(日経文庫)』 日本経済新聞社																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	次からはご自身が最高財務責任者を担うことができるという目標をもって、基本を身につけていきましょう。なお、アカウンティングを履修していることが望ましい。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>はじめに 会社とは</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>法人化 意義、事業部との差異、法人形態、応用</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>事業計画 ビジネスモデル、戦略、不確実性</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>資本構成 資本金、株主構成、取締役会、エンジェル・VC</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>銀行借入 金融機関、金融機関の見方、担保・保証</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>キャッシュフロー 黒字倒産、フリーキャッシュフロー、計算</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>割引率 ストックとフロー、多重債務、肥満</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>企業価値 清算価値、収益還元法、WACC、<math>\beta</math> 値</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>意思決定 サンクコスト、機会費用、不確実性</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>破産 破綻処理、信用調査、債権回収、自己破産</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>M&amp;A 関係管理、企業価値評価、戦略・組織の適合性</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>次のステップ 公開、事業承継、事業譲渡、清算</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>演習</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>演習</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>発表</td> </tr> </table>			1	はじめに 会社とは	2	法人化 意義、事業部との差異、法人形態、応用	3	事業計画 ビジネスモデル、戦略、不確実性	4	資本構成 資本金、株主構成、取締役会、エンジェル・VC	5	銀行借入 金融機関、金融機関の見方、担保・保証	6	キャッシュフロー 黒字倒産、フリーキャッシュフロー、計算	7	割引率 ストックとフロー、多重債務、肥満	8	企業価値 清算価値、収益還元法、WACC、 $\beta$ 値	9	意思決定 サンクコスト、機会費用、不確実性	10	破産 破綻処理、信用調査、債権回収、自己破産	11	M&A 関係管理、企業価値評価、戦略・組織の適合性	12	次のステップ 公開、事業承継、事業譲渡、清算	13	演習	14	演習	15	発表
1	はじめに 会社とは																																
2	法人化 意義、事業部との差異、法人形態、応用																																
3	事業計画 ビジネスモデル、戦略、不確実性																																
4	資本構成 資本金、株主構成、取締役会、エンジェル・VC																																
5	銀行借入 金融機関、金融機関の見方、担保・保証																																
6	キャッシュフロー 黒字倒産、フリーキャッシュフロー、計算																																
7	割引率 ストックとフロー、多重債務、肥満																																
8	企業価値 清算価値、収益還元法、WACC、 $\beta$ 値																																
9	意思決定 サンクコスト、機会費用、不確実性																																
10	破産 破綻処理、信用調査、債権回収、自己破産																																
11	M&A 関係管理、企業価値評価、戦略・組織の適合性																																
12	次のステップ 公開、事業承継、事業譲渡、清算																																
13	演習																																
14	演習																																
15	発表																																

授業科目名 (英語表記)	ビジネス・リーダーシップⅡ (Business Leadership II)																																
担当教員氏名	木谷 宏																																
科目区分 (基礎・応用等)	応用	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位( 30 時間)	必修・選択の別	必修																														
配当学年	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	<p>本研究科はビジネスリーダーの養成を主眼としている。ビジネス・リーダーシップの本質を理解することは必要不可欠な基礎的な知識であり、この授業は「ビジネス・リーダーシップⅠ」と共に基礎科目の必修科目に位置づけられる。Ⅱにおいては各受講者が、自分自身が目指すリーダーシップとそこへ至る道筋を描く力をさらに深め、ビジネスリーダーとしての基盤を築き、具体的なビジネスリーダーの姿を描くことを目標とする。そのポイントは以下のとおりである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リーダーシップ理論</li> <li>・リーダーシップの定義と視点</li> <li>・リーダーシップ持論の落とし穴</li> <li>・リーダーシップの実践</li> </ul>																																
授業の概要	<p>この必修科目では、受講者各人が、ビジネスの世界において自分自身のリーダーシップを確立していくために、必要なものの見方、考え方を養う。まずは「リーダーシップとは何か」について学術書ならびにビジネス書の名著とされる文献をⅠに続いて読破し、企業・組織経営の文脈の中で「優れたリーダーシップ」、「効果的なリーダーシップ」、「リーダーシップの体得」を探究していく。受講にあたっては、いわゆる正解のない世界で、自分自身のリーダーシップについて、当事者として問題意識を持ち、考え、疑い、発言し、学びあう姿勢を持つことを期待する。期末レポートはグループで「日本発、地域発、広島発のリーダーシップとは」についてまとめ、プレゼンテーションを行う。さらに、ビジネスの様々な局面におけるリーダーシップ、リーダーシップの失敗、事例の評価、それに加えて、社会でリーダーシップを発揮している様々な経営者等と共に議論を進めることによって、ビジネスリーダーシップにおける応用力を涵養する。</p>																																
成績評価の方法	<p>①小レポート(10点×3回):30%  ②グループプレゼンテーション(20点×2回):40%  ③日常点(授業中の積極的な態度とクラスへの貢献):30%</p>																																
テキスト	<p>日本経済新聞社編[2015]『リーダーシップの名著を読む』日経文庫、および本テキストにて紹介されている書籍。グロービス経営大学院[2014]『グロービス流ビジネス基礎力10』東洋経済。金井嘉宏[2005]『リーダーシップ入門』*日経文庫。 *夏季休業中に通読しておくこと。</p>																																
参考文献	<p>授業において適宜紹介する。</p>																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	<p>巷には数多くのリーダーシップ論が存在し、amazonで検索すると約9万点の書籍がヒットします。戦略論と並んで人気の高いこのテーマについて、これからの時代におけるリーダーシップの本質とその姿を考えていきましょう。まずはⅠにおいて名著とされる11冊を読破して一般的なリーダーシップの全体像を把握した上で、Ⅱではリーダーシップについて体系的かつ理論的に学び、従来のリーダーシップの限界と新たな姿を自ら模索してください。</p>																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>T.ピーターズ &amp; R.ウオータマン『エクセレント・カンパニー』</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>周囲を巻き込む力</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>J.フェファー &amp; R.サットン『なぜ、わかっていても実行できないのか』</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>チームを作る力</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>S.ジョンソン『チーズはどこへ消えた?』</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>志を育てる力</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>M.ルイス『マナーボール』</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>I  ickなる意味での「入門」なのか</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>II リーダーシップの学び方を学ぶ</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>III リーダーシップの定義とリーダーシップを見る視点</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>IV 実践家のリーダーシップ持論</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>ビジネスリーダーによる特別講義(予定)</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>V 研究から生まれたリーダーシップ理論</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>リーダーシップディスカッション(予定)</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>グループ発表会</td> </tr> </table>			1	T.ピーターズ & R.ウオータマン『エクセレント・カンパニー』	2	周囲を巻き込む力	3	J.フェファー & R.サットン『なぜ、わかっていても実行できないのか』	4	チームを作る力	5	S.ジョンソン『チーズはどこへ消えた?』	6	志を育てる力	7	M.ルイス『マナーボール』	8	I  ickなる意味での「入門」なのか	9	II リーダーシップの学び方を学ぶ	10	III リーダーシップの定義とリーダーシップを見る視点	11	IV 実践家のリーダーシップ持論	12	ビジネスリーダーによる特別講義(予定)	13	V 研究から生まれたリーダーシップ理論	14	リーダーシップディスカッション(予定)	15	グループ発表会
1	T.ピーターズ & R.ウオータマン『エクセレント・カンパニー』																																
2	周囲を巻き込む力																																
3	J.フェファー & R.サットン『なぜ、わかっていても実行できないのか』																																
4	チームを作る力																																
5	S.ジョンソン『チーズはどこへ消えた?』																																
6	志を育てる力																																
7	M.ルイス『マナーボール』																																
8	I  ickなる意味での「入門」なのか																																
9	II リーダーシップの学び方を学ぶ																																
10	III リーダーシップの定義とリーダーシップを見る視点																																
11	IV 実践家のリーダーシップ持論																																
12	ビジネスリーダーによる特別講義(予定)																																
13	V 研究から生まれたリーダーシップ理論																																
14	リーダーシップディスカッション(予定)																																
15	グループ発表会																																
オフィスアワー	土曜日 10:00-13:00																																

授業科目名 (英語表記)	ものづくりの哲学と戦略 ( Manufacturing Philosophy and Strategy )																																
担当教員氏名	小見 志郎																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	専門科目に位置づけられる科目であり、経営戦略、マーケティング、人材マネジメントなどの基礎科目で学んできた経営の理論が、いかに現実の企業経営に活かされているかが理解できる、理論と実践が融合した科目である。このため、ビジネスケースをもとにしたディベートを展開することで、教育効果を高めていく。																																
授業の概要	<p>次代の経営リーダーに求められる素質の一つに、経営に向き合う姿勢、ぶれない経営哲学を身に着けていくことが求められている。それは日常の現場から培われてくるところが多いが、一方でリーダーとして組織を動かすためには経営理論に裏付けられた戦略的思考方法とそれによるリーダーシップが欠かせないものとなってくる。受講生は、自らの経営哲学を培うために、ビジネスケースをもとに自ら論点整理を行い、ディベート、ディスカッションを重ねていきながら、理論と実務が架橋した経営戦略を深く学んでいくこととする。</p> <p>この授業では、商品開発戦略、技術開発戦略など、ものづくり企業に欠かせない経営戦略の視点を高く身に着けるために、競合他社をベンチマークなどの実践手法でケーススタディするばかりでなく、そのために必要な理論的枠組みを理解するため、経営戦略論の古典的論文を読み込んでいく。</p>																																
成績評価の方法	日常点(ディスカッション等、授業への参加度):40% 最終レポート:60%																																
テキスト	特に指定なし																																
参考文献	講義開始時に適時紹介する。経営戦略論の古典的論文は配布する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	毎時、ディスカッションを行いディベートを繰り返して行うため、積極的な授業への参加を求める。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>AI、IoT、自動運転、ビッグデータなどの潮流変化とこれからの経営</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>ディスカッション:世界的な潮流変化にいかに向き合っていくか</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>I:企業価値向上戦略</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>(1)ビジネスケース・マツダのブランド価値経営</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>(2)企業価値向上の理論的枠組みを深堀する</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>(3)論点の図式化とディベート</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>II:商品開発戦略</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>(1)ビジネスケース・マツダの商品開発と差別化戦略</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>(2)ポジショニング戦略の理論的枠組みを深堀する</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>(3)論点の図式化とディベート</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>III:技術開発戦略</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>(1)ビジネスケース・マツダのスカイアクティブ技術</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>(2)イノベーション戦略の理論的枠組みを深堀する</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>(3)論点の図式化とディベート</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>総括・「経営の哲学と戦略:理論と実践の融合を考える」</td> </tr> </table>			1	AI、IoT、自動運転、ビッグデータなどの潮流変化とこれからの経営	2	ディスカッション:世界的な潮流変化にいかに向き合っていくか	3	I:企業価値向上戦略	4	(1)ビジネスケース・マツダのブランド価値経営	5	(2)企業価値向上の理論的枠組みを深堀する	6	(3)論点の図式化とディベート	7	II:商品開発戦略	8	(1)ビジネスケース・マツダの商品開発と差別化戦略	9	(2)ポジショニング戦略の理論的枠組みを深堀する	10	(3)論点の図式化とディベート	11	III:技術開発戦略	12	(1)ビジネスケース・マツダのスカイアクティブ技術	13	(2)イノベーション戦略の理論的枠組みを深堀する	14	(3)論点の図式化とディベート	15	総括・「経営の哲学と戦略:理論と実践の融合を考える」
1	AI、IoT、自動運転、ビッグデータなどの潮流変化とこれからの経営																																
2	ディスカッション:世界的な潮流変化にいかに向き合っていくか																																
3	I:企業価値向上戦略																																
4	(1)ビジネスケース・マツダのブランド価値経営																																
5	(2)企業価値向上の理論的枠組みを深堀する																																
6	(3)論点の図式化とディベート																																
7	II:商品開発戦略																																
8	(1)ビジネスケース・マツダの商品開発と差別化戦略																																
9	(2)ポジショニング戦略の理論的枠組みを深堀する																																
10	(3)論点の図式化とディベート																																
11	III:技術開発戦略																																
12	(1)ビジネスケース・マツダのスカイアクティブ技術																																
13	(2)イノベーション戦略の理論的枠組みを深堀する																																
14	(3)論点の図式化とディベート																																
15	総括・「経営の哲学と戦略:理論と実践の融合を考える」																																

授業科目名 (英語表記)	新規事業開発戦略 ( Management of New Business Development )																																
担当教員氏名	山田 眞次郎																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	私は、1990年に、5人の同僚とともに三井金属を辞め、株式会社インクスを設立した。インクスは2007年までに、連結で授業数1400人まで成長させた。2011年以降も、6社を起業を手伝い、全ての会社が生き残っている。新規事業開発とは、世の中にない新たな事業を生み出すことである。それを創り出すにはコツがある。また、起業し、会社を大きくするのにも、同じようにコツがある。このコツは、何度か文書化を試みたが、長島選手の、「こう来た球を、パツと打つ」的で、言葉で言い表せないものである。そのコツを教える。																																
授業の概要	インクスを起業した私自身が、慶応MBAのケース「株式会社インクス2001」を教材として、新規事業開発の方法を教える。2001年は、インクスの急成長が始まった年である。2000年に30億円の売上が、2007年までに連結180億円になる。2009年に民事再生申請。その間、実際に起きたことをベースに、成功から失敗までを通じて、新規事業の創出、立上げ、失敗の原因を学んでほしい。儲かるから起業したいと思う人も多くいるだろう。それは、間違いである。私が考える起業の目的は、利益ではない。どれだけ世の中の役に立つのかが目的である。利益とは、その崇高な目的を遂行するための手段である。新規事業を考え出すのに重要なことは、幅広い多様な知識や、情報である。常日ごろから、どれだけ多様な知識や情報に接するかが大切である。結局、新規事業を思い付くのは、自分が知っていることの結びつきで閃くのである。一人で考えるより、各自の持っている知識や情報を出し合って、話し合うことは有効である。授業では、毎回、新規事業開発に必要なテーマを決め、ディスカッション方式で、指導する。各テーマに対して、成功のコツも、失敗の原因も、自らの体験をベースに、直々に教えたい。																																
成績評価の方法	日常授業(授業への参加度 発言)70% 課題提出レポート(30%)																																
テキスト	慶応ビジネス・スクール「株式会社インクス2001」(KBSケース教材)																																
参考文献	「思考」(井関利明慶応大学名誉教授・山田眞次郎共著 学研パブリッシング)																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	本気で新規事業を生み出したと思っている人。習うのではなく自らが考えられる人。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>新規事業開発の方法 1</td></tr> <tr><td>2</td><td>新規事業開発の方法 2</td></tr> <tr><td>3</td><td>ケース・スタディ (毎回ディスカッションのテーマは変わります)</td></tr> <tr><td>4</td><td>ケース・スタディ</td></tr> <tr><td>5</td><td>ケース・スタディ</td></tr> <tr><td>6</td><td>ケース・スタディ</td></tr> <tr><td>7</td><td>ケース・スタディ</td></tr> <tr><td>8</td><td>ケース・スタディ</td></tr> <tr><td>9</td><td>ケース・スタディ</td></tr> <tr><td>10</td><td>ケース・スタディ</td></tr> <tr><td>11</td><td>ケース・スタディ</td></tr> <tr><td>12</td><td>ケース・スタディ</td></tr> <tr><td>13</td><td>ケース・スタディ</td></tr> <tr><td>14</td><td>ケース・スタディ</td></tr> <tr><td>15</td><td>まとめ</td></tr> </table>			1	新規事業開発の方法 1	2	新規事業開発の方法 2	3	ケース・スタディ (毎回ディスカッションのテーマは変わります)	4	ケース・スタディ	5	ケース・スタディ	6	ケース・スタディ	7	ケース・スタディ	8	ケース・スタディ	9	ケース・スタディ	10	ケース・スタディ	11	ケース・スタディ	12	ケース・スタディ	13	ケース・スタディ	14	ケース・スタディ	15	まとめ
1	新規事業開発の方法 1																																
2	新規事業開発の方法 2																																
3	ケース・スタディ (毎回ディスカッションのテーマは変わります)																																
4	ケース・スタディ																																
5	ケース・スタディ																																
6	ケース・スタディ																																
7	ケース・スタディ																																
8	ケース・スタディ																																
9	ケース・スタディ																																
10	ケース・スタディ																																
11	ケース・スタディ																																
12	ケース・スタディ																																
13	ケース・スタディ																																
14	ケース・スタディ																																
15	まとめ																																

授業科目名 (英語表記)	地域資源の商品開発戦略 (Regional Resources and Product Development Strategy)																																
担当教員氏名	吉川 成美																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、事業創造やイノベーションに関連した専門科目である。したがって、基礎科目の「地域経済」「経営戦略」「マーケティング」「ソーシャルデザイン思考」との関連性が強く、これら関連科目の履修を前提に講義を進める。講義を通じて、新商品開発等で求められる思考方法、手順を理解し、あわせてプレゼンテーション能力を高めることが目標である。																																
授業の概要	多くのマーケティングが商品をもとに展開されていることからすれば、商品はまさにマーケティングの中核であり、事業を成長させる原動力である。アグリビジネス経営体や中小企業のウエイトが高い食品企業のマーケティング活動では、とりわけ地域資源を活用した商品開発が重要となってくる。①講義の序盤では、商品開発の管理や戦略についての理解を深める。②中盤以降では、地域資源を活用した新商品を企画する“ワークショップ”を通じ、そのプロセスについての実践的理解を深める。なお、ワークショップの結果については、中間及び最終のプレゼンテーションを2回行い、その成果の共有化を図ることとする。																																
成績評価の方法	日常点(講義、ケース討議への貢献度):40% ワークショップ(取り組み状況及びプレゼンテーション(2回))を評価):60%																																
テキスト	・山中正彦監修[2007]『10年商品を作るBMR』ドゥ・ハウス。																																
参考文献	・朝野熙彦他[2000]『新製品開発』朝倉書房。 ・神田範明監修[1995]『商品企画七つ道具』日科技連。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	ワークショップについては、授業時間外で日常的に検討することも必要となる。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>イントロダクション</td></tr> <tr><td>2</td><td>地域資源とは何か</td></tr> <tr><td>3</td><td>地域資源の発見ーモノと日常にひそむ文化のアイデンティティ</td></tr> <tr><td>4</td><td>地域資源の発見ー事例研究</td></tr> <tr><td>5</td><td>地元学・フィールドワークと商品開発</td></tr> <tr><td>6</td><td>ワークショップ:「課題の提示、進め方」</td></tr> <tr><td>7</td><td>地域資源を活用した商品開発戦略</td></tr> <tr><td>8</td><td>ワークショップ:「定性調査知見の確認、整理(1)」</td></tr> <tr><td>9</td><td>ブランドを超えた価値基準</td></tr> <tr><td>10</td><td>ワークショップ:「関係価値・コモンズ、新しい資本をデザインする」</td></tr> <tr><td>11</td><td>モノが売れない時代のマーケティング</td></tr> <tr><td>12</td><td>ワークショップ:「企画書作成」</td></tr> <tr><td>13</td><td>ワークショップ:「最終プレゼンテーション」</td></tr> <tr><td>14</td><td>同上</td></tr> <tr><td>15</td><td>総括及びディスカッション</td></tr> </table>			1	イントロダクション	2	地域資源とは何か	3	地域資源の発見ーモノと日常にひそむ文化のアイデンティティ	4	地域資源の発見ー事例研究	5	地元学・フィールドワークと商品開発	6	ワークショップ:「課題の提示、進め方」	7	地域資源を活用した商品開発戦略	8	ワークショップ:「定性調査知見の確認、整理(1)」	9	ブランドを超えた価値基準	10	ワークショップ:「関係価値・コモンズ、新しい資本をデザインする」	11	モノが売れない時代のマーケティング	12	ワークショップ:「企画書作成」	13	ワークショップ:「最終プレゼンテーション」	14	同上	15	総括及びディスカッション
1	イントロダクション																																
2	地域資源とは何か																																
3	地域資源の発見ーモノと日常にひそむ文化のアイデンティティ																																
4	地域資源の発見ー事例研究																																
5	地元学・フィールドワークと商品開発																																
6	ワークショップ:「課題の提示、進め方」																																
7	地域資源を活用した商品開発戦略																																
8	ワークショップ:「定性調査知見の確認、整理(1)」																																
9	ブランドを超えた価値基準																																
10	ワークショップ:「関係価値・コモンズ、新しい資本をデザインする」																																
11	モノが売れない時代のマーケティング																																
12	ワークショップ:「企画書作成」																																
13	ワークショップ:「最終プレゼンテーション」																																
14	同上																																
15	総括及びディスカッション																																
オフィスアワー	* 毎週月・火曜 12:00~18:00 * 毎週土曜 9:00~16:00 事前にアポイントを取ってください。																																

授業科目名 (英語表記)	中小企業営業革新 ( Sales Process Innovation in Japanese SMEs )																																
担当教員氏名	澤田 好宏																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、ものづくり経営における経営戦略マーケティングの領域に位置づけられる専門科目である。したがって基礎科目の「経営戦略」や「マーケティング」との関連性が高く、こうした関連科目の履修を前提に講義が進む。企業の事例を通じて、ものづくりだけでなくより実践的なクリティカル・シンキングなどの能力を高め営業の概念をより深く、幅広く捉えることを目指す。																																
授業の概要	日本におけるビジネスの中で、大きなウエイトをしめる営業活動について、中小企業の特徴を踏まえ、理解を深める。日本の企業の伝統的営業活動から我が国の産業革命・流通革命・情報革命の三つの大きな変革を経て現代営業・次世代営業までの発展と変遷を製造業界、流通業界、サービス業界などにおける営業活動を分析し、またその時代ごとの取引制度や社会的背景を解説する。セールスプロモーションエージェンシーに長く勤務し、またマーケティング研究のNPO法人の理事長を長く務めた講師の豊富な営業体験を交えながらわかりやすく伝える。																																
成績評価の方法	日常点(授業内の発言・態度):30% 毎回授業終了時のコメントペーパー:20%、最終レポート:50% ※原則3分の2以上出席した場合のみ成績評価の対象とする。																																
テキスト	特になし。																																
参考文献	佐々木利廣・加藤高明・東俊之・澤田好宏『組織間コラボレーション 協働が社会的価値を生み出す』ナカニシヤ出版、2009年。 石井淳蔵『営業をマネジメントする』岩波書店、2012年。石井淳蔵『マーケティング思考の可能性』岩波書店、2012年。石井淳蔵『営業が変わる 顧客関係のマネジメント』岩波書店、2004年。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	マーケティングを履修していることが望ましい。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>営業職とは何か／担当営業とセールスマン 中小企業の特徴</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>デュアルアイズ／マーケティングとマーチャンダイジング</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>ブランディング／ヒット商品とブランドパワー</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>伝統的営業①／生産管理</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>伝統的営業②／工場改革</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>伝統的営業③／自動車業界</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>現代的営業①／取引制度と営業を取り巻く社会的環境</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>伝統的営業②／問屋とロジスティック</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>現代的営業③／業種別小売業と広域量販業界(パイヤー)</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>現代的営業④／組織小売業 CVS(マーチャンダイザー)</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>次世代的営業①／SPA 製造小売業</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>次世代的営業②／CS customer satisfaction 接客業</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>次世代的営業③／メディア論</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>次世代的営業④／マーケティング3.0 オネストマーケティング</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>中小企業における営業の課題</td> </tr> </table>			1	営業職とは何か／担当営業とセールスマン 中小企業の特徴	2	デュアルアイズ／マーケティングとマーチャンダイジング	3	ブランディング／ヒット商品とブランドパワー	4	伝統的営業①／生産管理	5	伝統的営業②／工場改革	6	伝統的営業③／自動車業界	7	現代的営業①／取引制度と営業を取り巻く社会的環境	8	伝統的営業②／問屋とロジスティック	9	現代的営業③／業種別小売業と広域量販業界(パイヤー)	10	現代的営業④／組織小売業 CVS(マーチャンダイザー)	11	次世代的営業①／SPA 製造小売業	12	次世代的営業②／CS customer satisfaction 接客業	13	次世代的営業③／メディア論	14	次世代的営業④／マーケティング3.0 オネストマーケティング	15	中小企業における営業の課題
1	営業職とは何か／担当営業とセールスマン 中小企業の特徴																																
2	デュアルアイズ／マーケティングとマーチャンダイジング																																
3	ブランディング／ヒット商品とブランドパワー																																
4	伝統的営業①／生産管理																																
5	伝統的営業②／工場改革																																
6	伝統的営業③／自動車業界																																
7	現代的営業①／取引制度と営業を取り巻く社会的環境																																
8	伝統的営業②／問屋とロジスティック																																
9	現代的営業③／業種別小売業と広域量販業界(パイヤー)																																
10	現代的営業④／組織小売業 CVS(マーチャンダイザー)																																
11	次世代的営業①／SPA 製造小売業																																
12	次世代的営業②／CS customer satisfaction 接客業																																
13	次世代的営業③／メディア論																																
14	次世代的営業④／マーケティング3.0 オネストマーケティング																																
15	中小企業における営業の課題																																

授業科目名 (英語表記)	国際経営と人材マネジメント ( Global Business and Human Resource Management )																																
担当教員氏名	木谷 宏																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	国際経営および「多様な人材の管理(ダイバーシティ・マネジメント)」の現状を理解し、必要な人事施策(ハード面)、運用の工夫と配慮(ソフト面)、意識と風土の改革(ハード面)に関する具体的な内容と課題を認識できるようになることを目標とする。カリキュラム上は、組織・人材マネジメント領域における専門科目であり、基礎科目である「経営組織と人材マネジメント」を履修しておくことが望ましい。																																
授業の概要	日本企業のグローバル化は全世界市場をその対象とし、サプライチェーンマネジメントによって地域企業や中小企業を巻き込む形で進化を遂げている。その過程において国際化、IT化、分権化といった企業側からの事情のみならず、企業の社会的責任(CSR)の側面からも企業におけるダイバーシティ(多様性)の推進とそのマネジメントは喫緊の課題となっている。本授業では、国際経営における人材マネジメントモデルを「ダイバーシティ・マネジメント」と位置付け、(1)国際経営の理論、(2)国際人的資源管理の概要、(3)多様な人材のマネジメント手法に関して、理論的かつ実証的な考察を行っていく。講義はテキストおよび参考文献に基づくレクチャーを中心に行うが、新聞・雑誌記事のトピック解説、ケースメソッド、グループディスカッション、全体討議も織り交ぜる。期末レポートでは、自社(あるいは特定企業)の海外における人事課題を取り上げ、プレゼンテーションを行う。(*授業の進め方は履修人数によって変動する)																																
成績評価の方法	日常点(授業中の積極的な態度とクラスへの貢献):40% 小レポート:30% 期末レポートおよびプレゼンテーション:30%																																
テキスト	・関口倫紀他編著[2016]『国際人的資源管理』中央経済社。 ・木谷宏[2016]『「人事管理論」再考』生産性出版。																																
参考文献	・古沢昌之[2008]『グローバル人的資源管理論』白桃書房。 ・石田英夫[2008]『ケースブックⅢ 日本型HRM』慶応義塾大学出版会。 ・ハーバート・ビジネス・スクール[2010]『ケース・スタディ 日本企業事例集』ダイヤモンド社。他																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	民族や文化の同質性を基盤とした日本企業の競争優位は崩れつつあります。国際経営における人材の多様性に基づくダイバーシティ・マネジメントを学ぶため、高い問題意識と入念な事前準備をもって参加してください。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>「日本の人事管理の変遷と課題」</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>I 国際人的資源管理の基本フレームワーク</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>同上</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>II 国際人的資源管理のサブシステム</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>同上</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>III スペシャル・トピックス</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>同上</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>ケースメソッド:「日産自動車:再生への挑戦」</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>「社会的視点による人材マネジメント」</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>ケースメソッド:「コマツ:グローバル化の取り組み」</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>「金銭的報酬と心理的報酬の限界」</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>ケースメソッド:「モービル石油:キャリア・デベロップメント・プログラム」</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>「多様な人材のマネジメント」</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>期末レポート発表</td> </tr> </table>			1	イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)	2	「日本の人事管理の変遷と課題」	3	I 国際人的資源管理の基本フレームワーク	4	同上	5	II 国際人的資源管理のサブシステム	6	同上	7	III スペシャル・トピックス	8	同上	9	ケースメソッド:「日産自動車:再生への挑戦」	10	「社会的視点による人材マネジメント」	11	ケースメソッド:「コマツ:グローバル化の取り組み」	12	「金銭的報酬と心理的報酬の限界」	13	ケースメソッド:「モービル石油:キャリア・デベロップメント・プログラム」	14	「多様な人材のマネジメント」	15	期末レポート発表
1	イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)																																
2	「日本の人事管理の変遷と課題」																																
3	I 国際人的資源管理の基本フレームワーク																																
4	同上																																
5	II 国際人的資源管理のサブシステム																																
6	同上																																
7	III スペシャル・トピックス																																
8	同上																																
9	ケースメソッド:「日産自動車:再生への挑戦」																																
10	「社会的視点による人材マネジメント」																																
11	ケースメソッド:「コマツ:グローバル化の取り組み」																																
12	「金銭的報酬と心理的報酬の限界」																																
13	ケースメソッド:「モービル石油:キャリア・デベロップメント・プログラム」																																
14	「多様な人材のマネジメント」																																
15	期末レポート発表																																
オフィスアワー	土曜日 10:00-13:00																																

授業科目名 (英語表記)	財務リスク分析 ( Financial Risk Management )																																
担当教員氏名	七田 良彦																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上は、専門科目であり、将来経営幹部や経営プロフェッショナル人材が身に付けるべき企業財務を基として、リスク分析への応用を図り、知識の修得を目指す。																																
授業の概要	企業価値向上に向けて不可欠な企業財務の応用とその活用による意思決定分析の知識の習得を目指している。具体的には、リスクの分析、投資の決定、資金調達、そして事業化判断等についてのファイナンシャルリテラシーを、ケーススタディを適宜取り入れ講義する。特に、海外事業の投資判断に必要な国際財務リスクを事例で解説することが特徴である。一般的にこれらの授業は、大企業の経営幹部が意思決定の際に必要な財務リスクに偏りがちであるが、中小企業やベンチャー企業等のプロフェッショナル人材にこそ習得してもらいたい科目である。したがって、中小企業の案件等をケースに多く取り上げ、ディベートやグループワークを行う。																																
成績評価の方法	日常点(質疑応答等):40% レポート複数回予定:40%、 期末テスト:20%																																
テキスト	・砂川伸幸、川北英隆、杉浦秀徳[2008]『日本企業のコーポレートファイナンス』 日本経済新聞社。																																
参考文献	・井手正介、高橋文郎[2000]『ビジネスゼミナール経営財務入門』 日本経済新聞社。 ・ざっくり分るファイナンス [2007] 石野雄一 光文堂新書 ・ダニエル・ヤーギン[2001]『市場 対 国家(上・下)』日本経済新聞社。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	基礎科目のアカウントینگ、応用科目の管理会計、財務会計等の知識を活用します。本講義や、日経新聞等の経済記事の熟読を通じ、世の経済現象(含む身の回りの出来事等)を我が事として、より深く理解できるファイナンスリテラシーを、身に付けて頂きたい。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>財務リスクマネジメントの体系</td></tr> <tr><td>2</td><td>リスク分析の基礎1「企業価値のための財務分析」</td></tr> <tr><td>3</td><td>企業財務の基礎2「リスク分析へのアプリケーション」</td></tr> <tr><td>4</td><td>投資の決定1「事業投資の評価とリスク分析等」</td></tr> <tr><td>5</td><td>投資の決定2 :ケーススタディ「M&amp;A」他</td></tr> <tr><td>6</td><td>投資の決定3 :ケーススタディ「海外案件事例」等</td></tr> <tr><td>7</td><td>資金調達1「調達の多様化」</td></tr> <tr><td>8</td><td>資金調達2 :ケーススタディ「外資の活用事例」</td></tr> <tr><td>9</td><td>資金調達3 :ケーススタディ「プロジェクトファイナンス」</td></tr> <tr><td>10</td><td>財務リスク分析による事業化判断</td></tr> <tr><td>11</td><td>グループワーク①「リスクアセスメント」</td></tr> <tr><td>12</td><td>グループワーク②「リスク分析」</td></tr> <tr><td>13</td><td>グループワーク③「リスク評価」</td></tr> <tr><td>14</td><td>グループワーク④「リスク処理とコントロール」</td></tr> <tr><td>15</td><td>グループワーク⑤「リスクファイナンスとディスクロージャー」</td></tr> </table>			1	財務リスクマネジメントの体系	2	リスク分析の基礎1「企業価値のための財務分析」	3	企業財務の基礎2「リスク分析へのアプリケーション」	4	投資の決定1「事業投資の評価とリスク分析等」	5	投資の決定2 :ケーススタディ「M&A」他	6	投資の決定3 :ケーススタディ「海外案件事例」等	7	資金調達1「調達の多様化」	8	資金調達2 :ケーススタディ「外資の活用事例」	9	資金調達3 :ケーススタディ「プロジェクトファイナンス」	10	財務リスク分析による事業化判断	11	グループワーク①「リスクアセスメント」	12	グループワーク②「リスク分析」	13	グループワーク③「リスク評価」	14	グループワーク④「リスク処理とコントロール」	15	グループワーク⑤「リスクファイナンスとディスクロージャー」
1	財務リスクマネジメントの体系																																
2	リスク分析の基礎1「企業価値のための財務分析」																																
3	企業財務の基礎2「リスク分析へのアプリケーション」																																
4	投資の決定1「事業投資の評価とリスク分析等」																																
5	投資の決定2 :ケーススタディ「M&A」他																																
6	投資の決定3 :ケーススタディ「海外案件事例」等																																
7	資金調達1「調達の多様化」																																
8	資金調達2 :ケーススタディ「外資の活用事例」																																
9	資金調達3 :ケーススタディ「プロジェクトファイナンス」																																
10	財務リスク分析による事業化判断																																
11	グループワーク①「リスクアセスメント」																																
12	グループワーク②「リスク分析」																																
13	グループワーク③「リスク評価」																																
14	グループワーク④「リスク処理とコントロール」																																
15	グループワーク⑤「リスクファイナンスとディスクロージャー」																																

授業科目名 (英語表記)	生産性とオペレーション (Productivity and Operation)																																
担当教員氏名	山田 眞次郎																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	<p>本授業での生産性とは、人の思考工程の生産性の向上の方法を教える。作業工程の生産性の向上は、トヨタ生産方式などのように作業分析を行い、作業スピードを上げるものである。作業スピードの生産性はすでに十分に上がっており、これ以上の向上は難しい。本授業では、私自身が開発した「プロセス・テクノロジー」を用いて、技術で言えば設計や、文科系で言えば経理、営業など、人の思考の連鎖で行われる工程の分析手法を教える。世界的に有名な日本の製造業80社は、「プロセス・テクノロジー」のコンサルティングを受け、全ての会社が、開発工程1/2以下に短縮した実績を持つ。これからの生産性の向上のポイントは、人間の思考工程の生産性の向上することである。</p>																																
授業の概要	<p>思考工程の分析メソッドを教える。プロセス・テクノロジーと称しているが、概念だけであるから、バックグラウンドが、文科系でも、理系でも理解できる。まず講義で基本的な概念の教え、実習形式で、課題の工程を、各自で分析してもらう。思考工程の分析は、熟練者の判断項目の連鎖を(思考工程の手順)あぶり出す。例えば、エンジンの設計の判断思考工程は、1万の判断の連鎖だった。その1万の判断工程で、熟練者が使っている判断基準(往々にして暗黙知と呼ばれる)を、明文化し、コンピュータで熟練者の知識を共有化することで、誰でも同じ判断ができるようにすることである。熟練者が辞めればなくなる知識を、コンピュータの中に、会社の資産として残す方法でもある。</p>																																
成績評価の方法	<p>日常授業(授業への参加度 発言)70% 課題提出レポート(30%)</p>																																
テキスト	講義時に配布する資料によって行う																																
参考文献	「インクス流」(山田眞次郎著ダイヤモンド)。廃刊なので、古本で買うと参考になる																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	実習と発表形式なので、発表をしっかりとする。疑問は、すぐに質問する。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>プロセス・テクノロジー概論</td></tr> <tr><td>2</td><td>思考プロセス分析方法</td></tr> <tr><td>3</td><td>初級思考プロセス分析1(同一テーマによる分析実習)</td></tr> <tr><td>4</td><td>初級思考プロセス分析2(同一テーマによる分析実習)</td></tr> <tr><td>5</td><td>初級思考プロセス分析3(同一テーマによる分析実習)</td></tr> <tr><td>6</td><td>初級思考プロセス分析4(同一テーマによる分析実習)</td></tr> <tr><td>7</td><td>中級思考プロセス分析1(個別テーマによる分析実習)</td></tr> <tr><td>8</td><td>中級思考プロセス分析2(個別テーマによる分析実習)</td></tr> <tr><td>9</td><td>中級思考プロセス分析3(個別テーマによる分析実習)</td></tr> <tr><td>10</td><td>中級思考プロセス分析4(個別テーマによる分析実習)</td></tr> <tr><td>11</td><td>中級思考プロセス分析5(個別テーマによる分析実習)</td></tr> <tr><td>12</td><td>中級思考プロセス分析6(個別テーマによる分析実習)</td></tr> <tr><td>13</td><td>発表</td></tr> <tr><td>14</td><td>発表</td></tr> <tr><td>15</td><td>まとめ</td></tr> </table>			1	プロセス・テクノロジー概論	2	思考プロセス分析方法	3	初級思考プロセス分析1(同一テーマによる分析実習)	4	初級思考プロセス分析2(同一テーマによる分析実習)	5	初級思考プロセス分析3(同一テーマによる分析実習)	6	初級思考プロセス分析4(同一テーマによる分析実習)	7	中級思考プロセス分析1(個別テーマによる分析実習)	8	中級思考プロセス分析2(個別テーマによる分析実習)	9	中級思考プロセス分析3(個別テーマによる分析実習)	10	中級思考プロセス分析4(個別テーマによる分析実習)	11	中級思考プロセス分析5(個別テーマによる分析実習)	12	中級思考プロセス分析6(個別テーマによる分析実習)	13	発表	14	発表	15	まとめ
1	プロセス・テクノロジー概論																																
2	思考プロセス分析方法																																
3	初級思考プロセス分析1(同一テーマによる分析実習)																																
4	初級思考プロセス分析2(同一テーマによる分析実習)																																
5	初級思考プロセス分析3(同一テーマによる分析実習)																																
6	初級思考プロセス分析4(同一テーマによる分析実習)																																
7	中級思考プロセス分析1(個別テーマによる分析実習)																																
8	中級思考プロセス分析2(個別テーマによる分析実習)																																
9	中級思考プロセス分析3(個別テーマによる分析実習)																																
10	中級思考プロセス分析4(個別テーマによる分析実習)																																
11	中級思考プロセス分析5(個別テーマによる分析実習)																																
12	中級思考プロセス分析6(個別テーマによる分析実習)																																
13	発表																																
14	発表																																
15	まとめ																																

授業科目名 (英語表記)	ものづくり経営 (Manufacturing Management)																																
担当教員氏名	勝瀬 典雄、中村 裕一郎																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	本研究科は、ビジネスリーダーの養成を主眼としており、ものづくり経営の本質を理解することは必要不可欠な知識であり、専門科目のものづくり経営分野の選択必修科目に位置づけられる。																																
授業の概要	ものづくり経営を理解する上で必須ともいえる①地域ものづくり企業の実態、経営革新、政策、金融、②地域資源活用ビジネス、③グローバルビジネス、④ベンチャービジネスの展開について、理論と実例について学ぶ。 それぞれの課題についての概説、具体的事例を元に学生の議論を喚起し、それぞれの知識の取得方法と、どのようにこれから学習・研究を続けていくかについての方法論を取得する。地域資源ビジネスではグループ討議による検討を行う。教材はその都度教材を提供、PPTを活用しプロジェクターを使用																																
成績評価の方法	数次のレポート提出:100%																																
テキスト	講義ごとにレジュメが配布される。																																
参考文献	適切な文献を紹介する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	選択必修科目である。積極的な姿勢で講義に臨むこと。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>ものづくり総論(勝瀬)</td></tr> <tr><td>2</td><td>ものづくり総論(勝瀬)</td></tr> <tr><td>3</td><td>地域ものづくり企業総論(実態)(勝瀬)</td></tr> <tr><td>4</td><td>地域ものづくり企業総論(経営革新とマーケティング)(勝瀬)</td></tr> <tr><td>5</td><td>地域ものづくり企業総論(政策)(勝瀬)</td></tr> <tr><td>6</td><td>地域ものづくり企業総論(中小金融)(勝瀬)</td></tr> <tr><td>7</td><td>地域資源活用ビジネス(勝瀬)</td></tr> <tr><td>8</td><td>地域資源活用ビジネス(勝瀬)</td></tr> <tr><td>9</td><td>地域資源活用ビジネス(勝瀬)</td></tr> <tr><td>10</td><td>グローバルビジネス(中村)</td></tr> <tr><td>11</td><td>グローバルビジネス(中村)</td></tr> <tr><td>12</td><td>ベンチャービジネス(中村)</td></tr> <tr><td>13</td><td>ベンチャービジネス(中村)</td></tr> <tr><td>14</td><td>ベンチャービジネス(中村)</td></tr> <tr><td>15</td><td>まとめ(中村)</td></tr> </table>			1	ものづくり総論(勝瀬)	2	ものづくり総論(勝瀬)	3	地域ものづくり企業総論(実態)(勝瀬)	4	地域ものづくり企業総論(経営革新とマーケティング)(勝瀬)	5	地域ものづくり企業総論(政策)(勝瀬)	6	地域ものづくり企業総論(中小金融)(勝瀬)	7	地域資源活用ビジネス(勝瀬)	8	地域資源活用ビジネス(勝瀬)	9	地域資源活用ビジネス(勝瀬)	10	グローバルビジネス(中村)	11	グローバルビジネス(中村)	12	ベンチャービジネス(中村)	13	ベンチャービジネス(中村)	14	ベンチャービジネス(中村)	15	まとめ(中村)
1	ものづくり総論(勝瀬)																																
2	ものづくり総論(勝瀬)																																
3	地域ものづくり企業総論(実態)(勝瀬)																																
4	地域ものづくり企業総論(経営革新とマーケティング)(勝瀬)																																
5	地域ものづくり企業総論(政策)(勝瀬)																																
6	地域ものづくり企業総論(中小金融)(勝瀬)																																
7	地域資源活用ビジネス(勝瀬)																																
8	地域資源活用ビジネス(勝瀬)																																
9	地域資源活用ビジネス(勝瀬)																																
10	グローバルビジネス(中村)																																
11	グローバルビジネス(中村)																																
12	ベンチャービジネス(中村)																																
13	ベンチャービジネス(中村)																																
14	ベンチャービジネス(中村)																																
15	まとめ(中村)																																

## ものづくり経営 授業計画詳細

第 1 回	ものづくり総論【担当:勝瀬】 「ものづくり」とは何か、について伝統工芸・製造企業・農業・サービス産業にいたる「狭義のものづくり」から「広義のものづくり」について考え方を議論し、「ものづくり」とは何かを理解する。
第 2 回	ものづくり総論【担当:勝瀬】 戦略としての日本のものづくりの強みと課題・クラスター戦略等から考える新たなものづくり企業の課題を議論し日本の中小ものづくり企業の新たな展開の戦略について学ぶ。
第 3 回	地域ものづくり企業総論(実態)【担当:勝瀬】 日本のものづくり企業の歴史的変遷と現在、日本のものづくりを支えてきた技術力の可能性を探る。
第 4 回	地域ものづくり企業総論(経営革新とマーケティング)【担当:勝瀬】 地域ものづくり企業の経営革新とマーケティングを戦略マップで検討する、また感性工学から見た日本の技術力の活かし方・顧客指向のマーケティングについて戦略を学ぶ。
第 5 回	地域ものづくり企業総論(政策)【担当:勝瀬】 日本の経済政策の取組として経済産業省・農林水産省における中小企業支援政策について学ぶ、また、これからの日本の地域ものづくり支援政策を学ぶ。
第 6 回	地域ものづくり企業総論(中小金融)【担当:勝瀬】 金融に求められている事業性評価からみる大手・中小金融の現状と課題、中小企業に対する金融支援とベンチャー企業育成のための今後の金融のあり方・あるべき姿・地域経済の活性化を学ぶ。
第 7 回	地域資源活用ビジネス【担当:勝瀬】 「地域資源とは何か」日本の地域資源活用促進法の取組から地域資源とは何かを議論し、地域資源とは何かを学ぶ。
第 8 回	地域資源活用ビジネス【担当:勝瀬】 「地域資源活用ビジネス」について、実例を挙げ、成功の要因を学ぶ、また新たなビジネスに取り組む「ビジネスプロセス」について学ぶ。
第 9 回	地域資源活用ビジネス【担当:勝瀬】 「地域資源活用ビジネス」のグローバル展開の実践的取組を挙げ、中小企業の強みを活かした今後の国内・海外展開のビジネスモデルを学ぶ。
第 10 回	グローバルビジネス(ICT がもたらす変化)【担当:中村】 IOT、AI などの ICT(情報通信技術)の急速な進展によってもたらされる経営環境の変化について学ぶ
第 11 回	グローバルビジネス(ものづくりの変容)【担当:中村】 ICT の進展によってもたらされる経営環境の変化は、ものづくりをどのように変化させるのかについて学ぶ
第 12 回	グローバルビジネス(新しいものづくり戦略)【担当:中村】 激変する経営環境において、ものづくり企業がとるべき戦略について学ぶ
第 13 回	ベンチャービジネス(第 4 次ベンチャー・ブーム)【担当:中村】 激変する経営環境において台頭したベンチャー企業について学ぶ
第 14 回	ベンチャービジネス(大企業とベンチャー企業の関係)【担当:中村】 大企業とベンチャー企業は相互補完的な関係にあることを理解する
第 15 回	ベンチャービジネス(アライアンス・イノベーション)【担当:中村】 大企業がベンチャー企業と連携する必要性と、連携を実行するための施策について学ぶ

授業科目名 (英語表記)	アグリビジネス市場 ( Agribusiness Marketing )																																
担当教員氏名	吉川 成美																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上ではマーケティングに関連した専門科目である。したがって、基礎科目の「地域経済」「経営戦略」「マーケティング」との関連性が強く、これら関連科目の履修を前提に講義を進める。各事例を通じてアグリビジネスにおけるマーケティング活動に関する理解を深め、さらには農業分野独自の調査分析及び戦略策定能力を高めることを目標とする。																																
授業の概要	<p>今日、地域経済においてはアグリビジネス経営体の成長が必要不可欠となってきている。アグリビジネスのマネジメントには、消費者や顧客・企業からの支持、それにとまなう競争優位性の確保が必要となることは言うまでもない。これまで、アグリビジネス経営体の課題としては“マーケティング力”の弱さが指摘されてきた。しかし、近年ではそうした状況をブレークスルーするアグリビジネスのケースも増えている。</p> <p>本講義では、アグリビジネス経営体が重視する「消費者」「食品・流通企業」「地域社会(福祉・医療・教育)」などの多様な分野に対して、どのようなアプローチを展開しているのか、講義形式により、そのマーケティング活動についての理解を深める。</p>																																
成績評価の方法	日常点(講義、参加度):70% 3回のレポート(1,000字程度/回):30%																																
テキスト	その都度、資料・レジメを配布する。																																
参考文献	神門 善久『日本の食と農 危機の本質(シリーズ 日本の〈現代〉)』(NTT出版、2006)																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	本講義は、専門科目としての農業分野のなかでも入門編としているため、市場・経営分析は課しません。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>ガイダンス</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>農業経済を問い直す(1)</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>農業経営を問い直す(2)</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>アグリビジネスが直面する主要市場</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>消費者へのマーケティング①(消費者向けマーケティングの現状、課題/消費者のニーズ)</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>事例:「農家の意識改革-X直売所-」</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>消費者へのマーケティング②(タイプ別にみた消費者向けマーケティングの特徴)</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>事例:「A農業法人の直販ビジネス」</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>食品企業へのマーケティング①(食品企業との取引活動の現状、課題/食品企業のニーズ)</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>事例:「ある家族農家の開発・販売」</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>地域社会へのマーケティング①(地域におけるアグリビジネスの現状、課題)</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>事例:「農地集積・担い手継続のジレンマ」</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>地域社会へのマーケティング②(地域におけるソーシャルマーケティングの)</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>ケースメソッド:「中山間地域のソーシャルビジネスを目指して」</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>総括及び総合討議</td> </tr> </table>			1	ガイダンス	2	農業経済を問い直す(1)	3	農業経営を問い直す(2)	4	アグリビジネスが直面する主要市場	5	消費者へのマーケティング①(消費者向けマーケティングの現状、課題/消費者のニーズ)	6	事例:「農家の意識改革-X直売所-」	7	消費者へのマーケティング②(タイプ別にみた消費者向けマーケティングの特徴)	8	事例:「A農業法人の直販ビジネス」	9	食品企業へのマーケティング①(食品企業との取引活動の現状、課題/食品企業のニーズ)	10	事例:「ある家族農家の開発・販売」	11	地域社会へのマーケティング①(地域におけるアグリビジネスの現状、課題)	12	事例:「農地集積・担い手継続のジレンマ」	13	地域社会へのマーケティング②(地域におけるソーシャルマーケティングの)	14	ケースメソッド:「中山間地域のソーシャルビジネスを目指して」	15	総括及び総合討議
1	ガイダンス																																
2	農業経済を問い直す(1)																																
3	農業経営を問い直す(2)																																
4	アグリビジネスが直面する主要市場																																
5	消費者へのマーケティング①(消費者向けマーケティングの現状、課題/消費者のニーズ)																																
6	事例:「農家の意識改革-X直売所-」																																
7	消費者へのマーケティング②(タイプ別にみた消費者向けマーケティングの特徴)																																
8	事例:「A農業法人の直販ビジネス」																																
9	食品企業へのマーケティング①(食品企業との取引活動の現状、課題/食品企業のニーズ)																																
10	事例:「ある家族農家の開発・販売」																																
11	地域社会へのマーケティング①(地域におけるアグリビジネスの現状、課題)																																
12	事例:「農地集積・担い手継続のジレンマ」																																
13	地域社会へのマーケティング②(地域におけるソーシャルマーケティングの)																																
14	ケースメソッド:「中山間地域のソーシャルビジネスを目指して」																																
15	総括及び総合討議																																
オフィスアワー	* 毎週月・火曜 12:00~18:00 * 毎週土曜 9:00~16:00 事前にアポイントを取ってください。																																

授業科目名 (英語表記)	フードシステム・マーケティング ( Food System Marketing )																																
担当教員氏名	吉川 成美																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、マーケティングの応用に関連した専門科目である。したがって、基礎科目の「地域経済」「経営戦略」「マーケティング」との関連性が強く、これら関連科目の履修を前提に講義を進める。講義とケースメソッドを通じてフードシステムに関する理解を深め、さらにはディベート力及び意思決定能力を高めることを目標としている。																																
授業の概要	近年、アグリビジネス経営体や食品企業におけるマネジメントにおいては、“農”と“食”の新しい関係性を捉える概念である「フードシステム」の理解が必要不可欠となってきている。 本講義では、①フードシステムに関するこれまでの国内外の研究成果を踏まえ、その概念や特徴について講義を行う。次に②フードシステムにおけるマーケティングについて、「統合化」「食の安全マネジメント」「エシカルムーブメント」などを中心に講義形式とディスカッションを通じて理解を深める。そして、フードシステムにおける事業創造や革新に向けた構想力、論理性を高めていくことを目指す。																																
成績評価の方法	日常点(講義への参加・貢献度、リアクションペーパーを含む):60% 最終レポート(1,000字程度/回):40%																																
テキスト	その都度配布します																																
参考文献	東京商工会議所編・アース・ワークス著「食・農 エコリーダーになろう 農業・漁業編」(中央経済社、2011)																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	日本と世界の事例を入れていきます。訳文付英語文献が入る可能性があります。原文にも目を通すことをお勧めします。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクション</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>フードシステム①(フードシステムの構造と特徴)</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>農業によるフードチェーン統合戦略①(農業における川中・川下統合戦略の現状、課題)</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>事例:「生物多様性経営」、ディスカッション</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>農業によるフードバリュー統合戦略②(主体別にみた川中・川下統合戦略の特徴)</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>事例:「CSA農業の成長戦略」、ディスカッション</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>食品企業による川上統合戦略①(食品企業における川上統合戦略の現状、課題)</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>ディスカッション:「JAのイノベーションとは何か」</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>自治体・企業による里山統合戦略①(食品企業における川上統合戦略の現状、課題)</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>事例:「フィールドマンの仕事」、ディスカッション</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>自治体・企業による里海統合戦略②(主体別にみた川上統合戦略の特徴)</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>事例:「消費者・住民の農業参入」</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>食の安全管理</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>事例:「オーガニック、生き物認証、参加型認証」</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>総括及び総合討議</td> </tr> </table>			1	イントロダクション	2	フードシステム①(フードシステムの構造と特徴)	3	農業によるフードチェーン統合戦略①(農業における川中・川下統合戦略の現状、課題)	4	事例:「生物多様性経営」、ディスカッション	5	農業によるフードバリュー統合戦略②(主体別にみた川中・川下統合戦略の特徴)	6	事例:「CSA農業の成長戦略」、ディスカッション	7	食品企業による川上統合戦略①(食品企業における川上統合戦略の現状、課題)	8	ディスカッション:「JAのイノベーションとは何か」	9	自治体・企業による里山統合戦略①(食品企業における川上統合戦略の現状、課題)	10	事例:「フィールドマンの仕事」、ディスカッション	11	自治体・企業による里海統合戦略②(主体別にみた川上統合戦略の特徴)	12	事例:「消費者・住民の農業参入」	13	食の安全管理	14	事例:「オーガニック、生き物認証、参加型認証」	15	総括及び総合討議
1	イントロダクション																																
2	フードシステム①(フードシステムの構造と特徴)																																
3	農業によるフードチェーン統合戦略①(農業における川中・川下統合戦略の現状、課題)																																
4	事例:「生物多様性経営」、ディスカッション																																
5	農業によるフードバリュー統合戦略②(主体別にみた川中・川下統合戦略の特徴)																																
6	事例:「CSA農業の成長戦略」、ディスカッション																																
7	食品企業による川上統合戦略①(食品企業における川上統合戦略の現状、課題)																																
8	ディスカッション:「JAのイノベーションとは何か」																																
9	自治体・企業による里山統合戦略①(食品企業における川上統合戦略の現状、課題)																																
10	事例:「フィールドマンの仕事」、ディスカッション																																
11	自治体・企業による里海統合戦略②(主体別にみた川上統合戦略の特徴)																																
12	事例:「消費者・住民の農業参入」																																
13	食の安全管理																																
14	事例:「オーガニック、生き物認証、参加型認証」																																
15	総括及び総合討議																																
オフィスアワー	* 毎週月・火曜 12:00~18:00 * 毎週土曜 9:00~16:00 事前にアポイントを取ってください。																																

授業科目名 (英語表記)	チェーンストア経営 (Chain Store Management)																																
担当教員氏名	田中 浩子																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、マーケティングに関連した領域に位置づけられる専門科目である。基礎科目の「マーケティング」や「経営戦略」と関連性が高い。 業態の特徴や企業の経営戦略を通して必要な情報を判断し、収集することができる「情報収集力」、および情報を整理し、因果関係を明らかにできる「分析力」を高めることを目指している。																																
授業の概要	食品流通業および外食・中食産業の発展の基礎となった「チェーンストア理論」を理解した上で、2つの産業の発展とそれに伴う食品消費の変化について学ぶ。 前半では、食品スーパーマーケット、総合スーパーマーケット、コンビニエンスストア、百貨店、通信販売などの食品を取り扱う小売業の業態特性、卸売市場と卸売業の役割、生産と流通の関係の変化について学ぶ。 後半では、ファストフード、ファミリーレストラン、回転寿司、居酒屋、給食、持ち帰り弁当、百貨店地下惣菜などの外食・中食産業の各業態の特徴を学ぶとともにシェアやトップ企業の戦略についても解説する。																																
成績評価の方法	日常点(授業内の発言・態度): 30% 発表会: 30%、提出物: 40% ※原則3分の2以上出席した場合のみ成績評価の対象とする。																																
テキスト	特に指定しない。																																
参考文献	渥美俊一[2008]『21世紀のチェーンストア—チェーンストア経営の目的と現状』(実務教育出版)。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	マーケティングを履修していることが望ましい。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>食市場の発展と食生活の変化・チェーンストア理論</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>小売業① 食品スーパーマーケットと総合スーパー</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>小売業② コンビニエンスストア</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>小売業③ 百貨店</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>小売業④ 生活協同組合</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>小売業⑤ 無店舗販売</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>卸売市場・卸売業</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>外食産業① ファストフード・ファミリーレストラン</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>外食産業② 居酒屋・回転寿司・高価格業態</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>外食産業③ 給食・定食屋</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>中食産業① 持ち帰り</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>中食産業② 宅配</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>企業・業態分析①</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>企業・業態分析②</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>企業・業態分析発表会</td> </tr> </table>			1	食市場の発展と食生活の変化・チェーンストア理論	2	小売業① 食品スーパーマーケットと総合スーパー	3	小売業② コンビニエンスストア	4	小売業③ 百貨店	5	小売業④ 生活協同組合	6	小売業⑤ 無店舗販売	7	卸売市場・卸売業	8	外食産業① ファストフード・ファミリーレストラン	9	外食産業② 居酒屋・回転寿司・高価格業態	10	外食産業③ 給食・定食屋	11	中食産業① 持ち帰り	12	中食産業② 宅配	13	企業・業態分析①	14	企業・業態分析②	15	企業・業態分析発表会
1	食市場の発展と食生活の変化・チェーンストア理論																																
2	小売業① 食品スーパーマーケットと総合スーパー																																
3	小売業② コンビニエンスストア																																
4	小売業③ 百貨店																																
5	小売業④ 生活協同組合																																
6	小売業⑤ 無店舗販売																																
7	卸売市場・卸売業																																
8	外食産業① ファストフード・ファミリーレストラン																																
9	外食産業② 居酒屋・回転寿司・高価格業態																																
10	外食産業③ 給食・定食屋																																
11	中食産業① 持ち帰り																																
12	中食産業② 宅配																																
13	企業・業態分析①																																
14	企業・業態分析②																																
15	企業・業態分析発表会																																

授業科目名 (英語表記)	サービス起業計画 ( Operation Management for Food Services Entrepreneurship )																																
担当教員氏名	田中 浩子																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、サービス経営の領域に位置づけられる専門科目である。基礎科目の「マーケティング」や応用科目の「サービスマーケティング」と関連性が高い。 飲食店の開業立案を通して、物事を定量的にとらえ、分析することができる力や問題解決への筋道を立てる力を高めることが目的である。																																
授業の概要	サービス・オペレーションの事例として、飲食店経営の基礎を学び、実際に開業計画書を作成することを目標としている。 飲食店経営開業の手順に沿って、市場動向、業態分析、立地調査、競合店調査、コンセプト作り、店内レイアウト、設備、外装、メニューと厨房設備・導線の関係、損益計算、投資計画、スタッフ教育や募集、プロモーションの方法について学ぶ。それを基に、資金調達、時間帯ごとのメニューの品揃え、ワークスケジュールなども組み込んだ開業計画書を作成する。また飲食店を企画する際に、チェーン店と個人店の基本的な考え方の違い、オペレーション方法についても講義の中で取り上げる。																																
成績評価の方法	日常点(授業内の発言・態度): 30% 企画発表会: 30%、提出物: 40% ※原則3分の2以上出席した場合のみ成績評価の対象とする。																																
テキスト	テキストは使用せず、プリントを配布する。																																
参考文献	・吉田文和[2005]『飲食店完全バイブル 増補版』日経BP社。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	マーケティング、サービスマーケティングを履修していることが望ましい。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>飲食業の市場動向</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>業態分析</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>立地調査</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>競合店調査</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>コンセプト作成</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>メニュープランニング</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>設備</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>デザイン</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>営業計画</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>投資計画</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>スタッフ教育</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>プロモーション</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>開業計画書の策定①</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>開業計画書の策定②</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>企画発表会</td> </tr> </table>			1	飲食業の市場動向	2	業態分析	3	立地調査	4	競合店調査	5	コンセプト作成	6	メニュープランニング	7	設備	8	デザイン	9	営業計画	10	投資計画	11	スタッフ教育	12	プロモーション	13	開業計画書の策定①	14	開業計画書の策定②	15	企画発表会
1	飲食業の市場動向																																
2	業態分析																																
3	立地調査																																
4	競合店調査																																
5	コンセプト作成																																
6	メニュープランニング																																
7	設備																																
8	デザイン																																
9	営業計画																																
10	投資計画																																
11	スタッフ教育																																
12	プロモーション																																
13	開業計画書の策定①																																
14	開業計画書の策定②																																
15	企画発表会																																

授業科目名 (英語表記)	社会イノベーション ( Social Innovation )																																
担当教員氏名	露木 真也子																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位 (30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、サービス経営を軸とした新たなビジネス創造に関連する専門科目である。基礎科目および応用科目全般で学んだ知見を踏まえ、事例研究とディスカッションを通じて課題解決型のアイデア創出を修得しながら理論と実践の融合に寄与できることを目標とする。																																
授業の概要	社会を変える社会イノベーションの取り組みやその担い手である社会起業家は、決して特殊な事例や歴史的英雄のような人物のことではない。身近な社会的課題をどのような観点から見出し、解決の糸口となるアイデアをどのようにして実現していくのか。生み出されたアイデアはどのように広まっていくのか。社会イノベーションと社会起業家の概念や、世界的な社会起業家支援ネットワーク「アショカ」のフェローを始めとした国内外の社会イノベーション・社会起業家事例について講義するとともに、第一線で活躍する社会起業家をゲスト講師に招く機会を設け、社会イノベーションについて理論と実践の両面から理解を深める。																																
成績評価の方法	日常点(グループディスカッションへの貢献度): 30% レポート(毎講義の内容を踏まえた小レポート): 30% 最終プレゼンテーション: 40%																																
テキスト	適当なテキストがないため、参考文献を随時紹介しながら講義を行う。																																
参考文献	・ビバリー・シュワルツ 藤崎香里訳[2013]『静かなるイノベーション—私が世界の社会起業家たちに学んだこと』英治出版。 上記のほか、随時参考資料を配布する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	本講義は座学中心であるが、知識と実践の両面から社会イノベーションへの理解を深める趣旨であるため、ディスカッション等への主体的な参加が望ましい。初回終了後にゲスト講師の選定と日程調整を行うため、後半の授業計画は変更(前後)する可能性がある。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクション—社会イノベーションとは—</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>社会イノベーション研究の系譜「米国・欧州と日本の最新動向」</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>社会イノベーションの普及 1「スケーリング・アウト」</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>社会イノベーションの普及 2「スケーリング・ディープ」</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>社会起業家の役割～企業と社会イノベーション</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>社会イノベーションの普及 3「事例研究」</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>社会イノベーションのインパクトと評価</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>社会イノベーションのインパクトと評価</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>社会イノベーションプラン策定</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>社会イノベーションプラン策定</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>社会起業家特別講演 1</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>講師を交えての事例研究ディスカッション</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>社会起業家特別講演 2</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>講師を交えての事例研究ディスカッション</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>社会イノベーションプラン 発表会(最終プレゼンテーション)</td> </tr> </table>			1	イントロダクション—社会イノベーションとは—	2	社会イノベーション研究の系譜「米国・欧州と日本の最新動向」	3	社会イノベーションの普及 1「スケーリング・アウト」	4	社会イノベーションの普及 2「スケーリング・ディープ」	5	社会起業家の役割～企業と社会イノベーション	6	社会イノベーションの普及 3「事例研究」	7	社会イノベーションのインパクトと評価	8	社会イノベーションのインパクトと評価	9	社会イノベーションプラン策定	10	社会イノベーションプラン策定	11	社会起業家特別講演 1	12	講師を交えての事例研究ディスカッション	13	社会起業家特別講演 2	14	講師を交えての事例研究ディスカッション	15	社会イノベーションプラン 発表会(最終プレゼンテーション)
1	イントロダクション—社会イノベーションとは—																																
2	社会イノベーション研究の系譜「米国・欧州と日本の最新動向」																																
3	社会イノベーションの普及 1「スケーリング・アウト」																																
4	社会イノベーションの普及 2「スケーリング・ディープ」																																
5	社会起業家の役割～企業と社会イノベーション																																
6	社会イノベーションの普及 3「事例研究」																																
7	社会イノベーションのインパクトと評価																																
8	社会イノベーションのインパクトと評価																																
9	社会イノベーションプラン策定																																
10	社会イノベーションプラン策定																																
11	社会起業家特別講演 1																																
12	講師を交えての事例研究ディスカッション																																
13	社会起業家特別講演 2																																
14	講師を交えての事例研究ディスカッション																																
15	社会イノベーションプラン 発表会(最終プレゼンテーション)																																
オフィスアワー	講義初回に相談のうえ決定																																

授業科目名 (英語表記)	地域ブランドの戦略立案 ( Designing Strategies for Local Brands )																																
担当教員氏名	江戸 克栄																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	地域活性化は日本の新成長戦略として注目されており、地域それぞれが持つ本質的・持続的な豊かさのための地域ブランド戦略が必要となっている。本授業では、マーケティングにおけるブランド戦略論を地域のものとして編集し、適用していく。地域ブランドやプロモーション、街づくりなどの事例を研究し、取り組むべきモデルを検討し、地域ブランド戦略を立案するための実践的能力を養うことを目標とする。																																
授業の概要	グローバル化が進展する中で、それぞれの地域が特性を活かしブランドを確立していくことが必要な時代となってきている。本授業では、マーケティングやマネジメントにおけるブランド戦略論をベースに、地域ブランド戦略を策定するためのゾーニング、エピソードメイク、アクターズネットワークの理論的フレームワークを学ぶ。また、広島県の地域ブランドについての研究をすると同時に、国内の地域ブランド戦略のケーススタディを通して、地域ブランド戦略の理解を深めていく。最終的には地域ブランド戦略を立案し、プレゼンテーションをしていく。																																
成績評価の方法	日常点:10% プレゼンテーション及びレポート:80% 小レポート(授業中に課される課題の評価):10%																																
テキスト	・原田保、三浦俊彦 編[2011]『地域ブランドのコンテキストデザイン』同文館。																																
参考文献	参考文献、参考資料については随時授業中に紹介する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	積極的に授業に参加すること。履修者人数によっては、グループワークを行う場合もある。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクションー地域起点の重要性ー</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>ブランド、ブランド戦略と地域ブランドの基本</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>地域ブランド戦略のためのフレーム</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>地域ブランド戦略とゾーニング、エピソードメイク、アクターズネットワーク</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>地域ブランド戦略の現状と課題</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>ケーススタディ「広島県内の地域ブランド戦略」</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>地域ブランドとゾーニング</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>ケーススタディ「ゾーニングによる地域ブランド」</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>地域ブランドとエピソードメイク</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>ケーススタディ「エピソードメイクによる地域ブランド」</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>地域ブランドとアクターズネットワーク</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>ケーススタディ「アクターズネットワークによる地域ブランド」</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>これからの地域ブランド戦略とその方向性</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>ローカルブランド戦略からエリアブランド戦略への展開</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>地域ブランド戦略のプレゼンテーション</td> </tr> </table>			1	イントロダクションー地域起点の重要性ー	2	ブランド、ブランド戦略と地域ブランドの基本	3	地域ブランド戦略のためのフレーム	4	地域ブランド戦略とゾーニング、エピソードメイク、アクターズネットワーク	5	地域ブランド戦略の現状と課題	6	ケーススタディ「広島県内の地域ブランド戦略」	7	地域ブランドとゾーニング	8	ケーススタディ「ゾーニングによる地域ブランド」	9	地域ブランドとエピソードメイク	10	ケーススタディ「エピソードメイクによる地域ブランド」	11	地域ブランドとアクターズネットワーク	12	ケーススタディ「アクターズネットワークによる地域ブランド」	13	これからの地域ブランド戦略とその方向性	14	ローカルブランド戦略からエリアブランド戦略への展開	15	地域ブランド戦略のプレゼンテーション
1	イントロダクションー地域起点の重要性ー																																
2	ブランド、ブランド戦略と地域ブランドの基本																																
3	地域ブランド戦略のためのフレーム																																
4	地域ブランド戦略とゾーニング、エピソードメイク、アクターズネットワーク																																
5	地域ブランド戦略の現状と課題																																
6	ケーススタディ「広島県内の地域ブランド戦略」																																
7	地域ブランドとゾーニング																																
8	ケーススタディ「ゾーニングによる地域ブランド」																																
9	地域ブランドとエピソードメイク																																
10	ケーススタディ「エピソードメイクによる地域ブランド」																																
11	地域ブランドとアクターズネットワーク																																
12	ケーススタディ「アクターズネットワークによる地域ブランド」																																
13	これからの地域ブランド戦略とその方向性																																
14	ローカルブランド戦略からエリアブランド戦略への展開																																
15	地域ブランド戦略のプレゼンテーション																																
オフィスアワー	講義1コマ目に学生と相談の上、決定																																

授業科目名 (英語表記)	まちづくりと社会的合意形成 ( Community Design and Social Consensus Building )																																
担当教員氏名	百武 ひろ子																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラムのなかで、サービス経営の一環としての新たなビジネス創造の領域に位置づけられる専門科目である。本授業では、現在のまちづくりの現状と課題を把握したうえで、これらの課題解決に不可欠な社会的合意形成の基本的考え方や手法について理解を深めることを目標とする。まちづくりにおける社会的合意形成プロジェクトに対する評価視点を持てるようになるとともに、自ら社会的合意形成プロジェクトを企画・マネジメントできる力を総合的に高める。																																
授業の概要	社会的合意形成とは、利害関係者が不特定多数におよぶ社会的課題の課題解決を目的とした合意形成のことを指す。これまで社会的課題は、行政が中心となり、議会や当該テーマの専門家など限られた人々のなかでの合意形成によって解決することが多かった。しかし、市民の地域への問題意識の高まりと価値観の多様化、公共分野における民間活力導入などから、従来の事業推進手法が見直され、新たな合意形成のあり方が模索されている。本授業では、より良い社会的合意形成のポイントを踏まえて、学生自らが社会的合意形成プロジェクトの企画、プレゼンテーションを行う。																																
成績評価の方法	日常点(授業への参加度、発表、ディスカッション等):60% 最終課題:40%																																
テキスト	講義はレジュメを中心に行い、必要な文献資料は随時配布する。																																
参考文献	・NPO法人合意形成マネジメント協会編[2005]『社会的合意形成が拓く公共事業新時代』NPO法人合意形成マネジメント協会。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	社会的合意形成の基礎となるファシリテーションについての知識・技術が求められるため基礎科目「コミュニケーション力とファシリテーション」を事前に履修していることが望ましい。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>イントロダクション</td></tr> <tr><td>2</td><td>まちづくりと市民参加の歴史的経緯</td></tr> <tr><td>3</td><td>社会的合意形成の種類・事例・手法</td></tr> <tr><td>4</td><td>社会的合意形成のプロセスとポイント</td></tr> <tr><td>5</td><td>社会的合意形成の基本フレームの要素</td></tr> <tr><td>6</td><td>テーマの設定</td></tr> <tr><td>7</td><td>ステーク・ホルダー分析</td></tr> <tr><td>8</td><td>招集と対外コミュニケーション</td></tr> <tr><td>9</td><td>ワークショップのプログラムデザイン</td></tr> <tr><td>10</td><td>社会的合意形成のプロセスデザイン 1</td></tr> <tr><td>11</td><td>社会的合意形成のプロセスデザイン 2</td></tr> <tr><td>12</td><td>社会的合意形成のプロセスデザイン 3</td></tr> <tr><td>13</td><td>社会的合意形成プロジェクトのプレゼンテーション1</td></tr> <tr><td>14</td><td>社会的合意形成プロジェクトのプレゼンテーション2</td></tr> <tr><td>15</td><td>まちづくりと社会的合意形成の課題</td></tr> </table>			1	イントロダクション	2	まちづくりと市民参加の歴史的経緯	3	社会的合意形成の種類・事例・手法	4	社会的合意形成のプロセスとポイント	5	社会的合意形成の基本フレームの要素	6	テーマの設定	7	ステーク・ホルダー分析	8	招集と対外コミュニケーション	9	ワークショップのプログラムデザイン	10	社会的合意形成のプロセスデザイン 1	11	社会的合意形成のプロセスデザイン 2	12	社会的合意形成のプロセスデザイン 3	13	社会的合意形成プロジェクトのプレゼンテーション1	14	社会的合意形成プロジェクトのプレゼンテーション2	15	まちづくりと社会的合意形成の課題
1	イントロダクション																																
2	まちづくりと市民参加の歴史的経緯																																
3	社会的合意形成の種類・事例・手法																																
4	社会的合意形成のプロセスとポイント																																
5	社会的合意形成の基本フレームの要素																																
6	テーマの設定																																
7	ステーク・ホルダー分析																																
8	招集と対外コミュニケーション																																
9	ワークショップのプログラムデザイン																																
10	社会的合意形成のプロセスデザイン 1																																
11	社会的合意形成のプロセスデザイン 2																																
12	社会的合意形成のプロセスデザイン 3																																
13	社会的合意形成プロジェクトのプレゼンテーション1																																
14	社会的合意形成プロジェクトのプレゼンテーション2																																
15	まちづくりと社会的合意形成の課題																																
オフィスアワー	毎週水曜日 16時～18時																																

授業科目名 (英語表記)	サービス経営 (Service)																																
担当教員氏名	吉川 成美, 吉長 成恭																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	この授業は多分野にわたるサービス経営の現状と変遷に関する基本的知識の習得、戦略課題への実践力の醸成を通じて、多様化するサービスの本質と未来・持続性を検討するものである。マーケティング全般、ソーシャルデザイン思考、顧客コミュニケーションと関連する科目である。																																
授業の概要	サービス産業がGDPの約7割を占める日本経済において、サービス経営の現状の特質と将来の傾向を探ることは、今後の日本経済の持続的成長には必要不可欠である。この授業では、サービス経営の育成に向けて、金融、流通、交通(運輸)、農業、医療・福祉の各分野から一線で活躍する専門家の生の声を聞き、ディスカッションをとおして各現場での実態と経営革新について理論と実践を学ぶ。																																
成績評価の方法	日常点(授業内の発言・参加度・リアクションペーパーの提出・ワークショップでの課題の提出)60%、最終課題レポート40%																																
テキスト	吉長成恭『医療経営概論-病院の経営に必要な基本要素とは』 落合俊郎・川合紀宗編著『地域共生社会の実現とインクルーシブ教育システムの構築』 あいり出版																																
参考文献	宮本弘之『なぜ、日本人の金融行動がこれから大きく変わるのか?』東洋経済新報社 松下東子『なぜ、日本人は考えずにモノを買いたいのか?』東洋経済新報社																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	多分野にわたるサービス経営を議論していくために、いかに異分野の実務に応用できるかという視点で思考し、議論に参加してください。サービスマーケティングを履修していることが望ましい。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>全体概要・ガイダンス/ I 医療・福祉 ①サービス経営-医療・福祉 吉長 成恭(1)4月8日</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>I 医療・福祉 ②クリニカルガバナンスと経営 吉長 成恭(2)</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>I 医療・福祉 ③医療から考えるサービス 事例 吉長 成恭(3)4月15日</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>I 医療・福祉 ④福祉から考えるサービス 事例 吉長 成恭(4)</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>I 医療・福祉 ⑤コミュニティ医療・福祉 まとめ 吉長 成恭(5)4月22日</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>III金融 成熟社会における有望マーケットとは 宮本弘之(野村総合研究所)6月18日</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>III金融 日本人の金融行動から考えるサービス経営の展望 宮本弘之</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>IV流通 付加価値の変遷と消費 有本幸泰(イオントップバリュ株式会社)6月24日</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>IV流通 グローバル化と普遍的サービス有本幸泰(イオントップバリュ株式会社)</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>II交通インフラ 企業広報とCSR 薬師 晃(日本ホテル株式会社・元JR東日本)7月1日</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>II交通・ホテル産業 リスク管理とサービス経営 薬師晃</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>V農業 多様化する農業の価値と生物多様性経営 7月8日</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>V農業 消費者と農家をつなぐ家族農業の未来</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>オープンディスカッション・レポート報告 7月17日</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>オープンディスカッション・レポート報告</td> </tr> </table>			1	全体概要・ガイダンス/ I 医療・福祉 ①サービス経営-医療・福祉 吉長 成恭(1)4月8日	2	I 医療・福祉 ②クリニカルガバナンスと経営 吉長 成恭(2)	3	I 医療・福祉 ③医療から考えるサービス 事例 吉長 成恭(3)4月15日	4	I 医療・福祉 ④福祉から考えるサービス 事例 吉長 成恭(4)	5	I 医療・福祉 ⑤コミュニティ医療・福祉 まとめ 吉長 成恭(5)4月22日	6	III金融 成熟社会における有望マーケットとは 宮本弘之(野村総合研究所)6月18日	7	III金融 日本人の金融行動から考えるサービス経営の展望 宮本弘之	8	IV流通 付加価値の変遷と消費 有本幸泰(イオントップバリュ株式会社)6月24日	9	IV流通 グローバル化と普遍的サービス有本幸泰(イオントップバリュ株式会社)	10	II交通インフラ 企業広報とCSR 薬師 晃(日本ホテル株式会社・元JR東日本)7月1日	11	II交通・ホテル産業 リスク管理とサービス経営 薬師晃	12	V農業 多様化する農業の価値と生物多様性経営 7月8日	13	V農業 消費者と農家をつなぐ家族農業の未来	14	オープンディスカッション・レポート報告 7月17日	15	オープンディスカッション・レポート報告
1	全体概要・ガイダンス/ I 医療・福祉 ①サービス経営-医療・福祉 吉長 成恭(1)4月8日																																
2	I 医療・福祉 ②クリニカルガバナンスと経営 吉長 成恭(2)																																
3	I 医療・福祉 ③医療から考えるサービス 事例 吉長 成恭(3)4月15日																																
4	I 医療・福祉 ④福祉から考えるサービス 事例 吉長 成恭(4)																																
5	I 医療・福祉 ⑤コミュニティ医療・福祉 まとめ 吉長 成恭(5)4月22日																																
6	III金融 成熟社会における有望マーケットとは 宮本弘之(野村総合研究所)6月18日																																
7	III金融 日本人の金融行動から考えるサービス経営の展望 宮本弘之																																
8	IV流通 付加価値の変遷と消費 有本幸泰(イオントップバリュ株式会社)6月24日																																
9	IV流通 グローバル化と普遍的サービス有本幸泰(イオントップバリュ株式会社)																																
10	II交通インフラ 企業広報とCSR 薬師 晃(日本ホテル株式会社・元JR東日本)7月1日																																
11	II交通・ホテル産業 リスク管理とサービス経営 薬師晃																																
12	V農業 多様化する農業の価値と生物多様性経営 7月8日																																
13	V農業 消費者と農家をつなぐ家族農業の未来																																
14	オープンディスカッション・レポート報告 7月17日																																
15	オープンディスカッション・レポート報告																																
オフィスアワー	吉川先生 * 毎週月・火曜 12:00~18:00 * 毎週土曜 9:00~16:00 事前にアポイントを取ってください。																																

授業科目名 (英語表記)	医療経営 ( Health Services Management and Policy )			
担当教員氏名	西田 在賢			
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義	
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択	
配当学年 (履修要件)	2年次			
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	医療の経営学とは、国や自治体が担う医療提供体制を持続させる仕組みすなわち制度経営論と、医療機関が担う医療提供事業を持続する仕組みすなわち事業経営論の二つの論をもって説明されることを理解して、医療・介護サービス事業の経営に活かせる管理会計やマーケティングの知識や思考を身につけてもらう。			
授業の概要	医療・介護サービス提供を持続する仕組み、いわゆる事業経営論であり、テキスト『ソーシャルビジネスとしての医療経営学』後編「医療・介護の事業経営論」が中心となる。医療業の収益規模は、わが国国民皆保険制度の下での総支出額となる国民医療費だけでも40兆円を超えて巨額である。またかつての高齢者医療費を部分的に肩代わりする介護保険制度の総支出も10兆円を超える。すなわち医療・介護は社会保障制度で提供されるものだけでも優に50兆円を超える国内最大市場のひとつである。ちなみに病院、診療所、調剤薬局などの医療提供施設や介護サービス事業者は数多く、個々の事業規模はさまざまだが、病院業では年間収益が数百億円規模に達するところもあり、専門的な経営取り組みが不可欠となっている。本授業では、わが国社会保険制度下における医療・介護機関の存在意義を念頭に置き、「なぜ専門的な医療経営が必要なのか」について体系的に説明する。			
成績評価の方法	講義を聴いてディスカッションに加わるのが重要となるので日常点60%、そして、中間・期末考査レポート40%のバランスで評点する。			
テキスト	西田在賢『ソーシャルビジネスとしての医療経営学』薬事日報社刊、2011年。 このほかに受講に必要な資料等は当日に配布する。			
参考文献	随時知らせる。			
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス)	授業内容を理解するために、第5クォーターで開講される選択科目「医療・介護・福祉制度」の履修が必須である。			
授業計画	<p>6/30(金) 6～7限 (18:30～21:30)</p> <p>7/7(金) 6～7限 (18:30～21:30)</p> <p>7/21(金) 6～7限 (18:30～21:30)</p> <p>7/22(土) 1～4限 (9:00～16:10)</p> <p>8/4(金) 6～7限 (18:30～21:30)</p> <p>8/5(土) 2～4限 (10:40～16:10)</p>	<p>1 イントロダクション 全体像①「経営とは」について概略説明と討論</p> <p>2 イントロダクション 全体像②「医療経営」研究が進む背景について</p> <p>3 イントロダクション 全体像③「ソーシャルビジネスとしての医療経営学」とは</p> <p>4 医療・介護の事業① 制度改革と医療・介護事業</p> <p>5 医療・介護の事業② 医療・介護経営のパラドックス</p> <p>6 医療・介護の事業③ 医療・介護サービスの経済規模</p> <p>7 医療・介護の事業④ 医療・介護事業の経営分析</p> <p>8 中間考査(レポート課題の提示と質疑応答)</p> <p>9 医療の制度経営① 医療・介護・福祉は複合事業</p> <p>10 医療の制度経営② 医療・介護資金を担う保険制度</p> <p>11 医療の制度経営③ わが国の医療・介護保険制度</p> <p>12 医療の制度経営④ 医療・介護保険制度の改革</p> <p>13 期末考査(レポート課題の提示と質疑応答)</p> <p>14 講義全体のまとめ</p> <p>15 考査レポートおよび講義全体の質疑応答</p>		

授業科目名 (英語表記)	医療・介護経営のデータ分析 ( Data Analysis for Healthcare Operation Management )																																
担当教員氏名	村上 敏也																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、医療・介護ビジネスにおける経営データ分析の領域に位置づけられる専門科目である。本科目では、どのようにデータを活用して医療・介護経営の現場を把握し、また改善していくことができるのかを直観的かつ体系的に理解できるようになることを目指している。また、実際にデータを分析し、議論をつうじて意思決定する体験をつうじて、チームワークにより意思決定を継続的に改善する実践力を高めることが目標である。																																
授業の概要	いわゆる科学的な根拠にもとづく医療(EBM; evidence based medicine)のように、これまでも治療現場で医療データを活用する環境整備は進んできた。しかしながら、医療・介護の経営という観点からは、まだまだデータ分析によって業務の効率を改善し、利用者の満足度を向上し、あるいはそこで働く人材にやさしい環境を整備するための改善余地がある。そこで本科目では、医療・介護経営におけるデータを実際に分析し、議論しながら経営上の意思決定を改善する体験をつうじて、医療・介護ビジネスにおける経営や業務の改善と革新に必要となる経営スキルを高めることを目指す。そして最後に具体的な事例をグループでとりあげ、その経営・業務の課題を特定し改善案についてプレゼンテーションを行う。																																
成績評価の方法	日常点(各回の授業における貢献度):30% レポート(講義後に提出する作業レポート):40% グループ発表(作業の成果および担当部分についてのレポート):30%																																
テキスト	講義資料を配布する。その他、必要に応じて参考図書を紹介する。																																
参考文献	・日本政策投資銀行ヘルスケア室 監修[2014]『医療経営データ集2014』日本医療企画。 ・中山健夫 監修[2014]『医療ビッグデータがもたらす社会変革』日経BP社。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	ケースメソッドでは、グループ討論およびクラス討論をおこなうので、事前に配布するケース教材を必ず読んでから講義に参加すること。毎回の講義でグループあるいはクラス討論を行うので、積極的な姿勢で講義に臨むこと。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>オリエンテーション</td></tr> <tr><td>2</td><td>科学的根拠にもとづく医療</td></tr> <tr><td>3</td><td>ケースメソッド:「事実にもとづいた経営」</td></tr> <tr><td>4</td><td>データの見える化と共有</td></tr> <tr><td>5</td><td>演習:「事象の相関と因果関係」</td></tr> <tr><td>6</td><td>データによる傾向の把握</td></tr> <tr><td>7</td><td>ケースメソッド:「医療・介護の需要、施設、運営費動向の分析」</td></tr> <tr><td>8</td><td>診療実績の可視化</td></tr> <tr><td>9</td><td>演習:「入院外来診療実績の分析」</td></tr> <tr><td>10</td><td>財務指標の可視化</td></tr> <tr><td>11</td><td>演習:「病院における損益分岐点の分析」</td></tr> <tr><td>12</td><td>医療ビッグデータ</td></tr> <tr><td>13</td><td>ケースメソッド:「DB構築と民間活用が進む海外事例」</td></tr> <tr><td>14</td><td>演習:業務の見える化と継続的改善</td></tr> <tr><td>15</td><td>グループ発表「業務の見える化と継続的改善の仕組み」</td></tr> </table>			1	オリエンテーション	2	科学的根拠にもとづく医療	3	ケースメソッド:「事実にもとづいた経営」	4	データの見える化と共有	5	演習:「事象の相関と因果関係」	6	データによる傾向の把握	7	ケースメソッド:「医療・介護の需要、施設、運営費動向の分析」	8	診療実績の可視化	9	演習:「入院外来診療実績の分析」	10	財務指標の可視化	11	演習:「病院における損益分岐点の分析」	12	医療ビッグデータ	13	ケースメソッド:「DB構築と民間活用が進む海外事例」	14	演習:業務の見える化と継続的改善	15	グループ発表「業務の見える化と継続的改善の仕組み」
1	オリエンテーション																																
2	科学的根拠にもとづく医療																																
3	ケースメソッド:「事実にもとづいた経営」																																
4	データの見える化と共有																																
5	演習:「事象の相関と因果関係」																																
6	データによる傾向の把握																																
7	ケースメソッド:「医療・介護の需要、施設、運営費動向の分析」																																
8	診療実績の可視化																																
9	演習:「入院外来診療実績の分析」																																
10	財務指標の可視化																																
11	演習:「病院における損益分岐点の分析」																																
12	医療ビッグデータ																																
13	ケースメソッド:「DB構築と民間活用が進む海外事例」																																
14	演習:業務の見える化と継続的改善																																
15	グループ発表「業務の見える化と継続的改善の仕組み」																																
オフィスアワー	毎週水曜日16時～19時, 場所は担当教員研究室																																

授業科目名 (英語表記)	医療経営財務分析 ( Financial analysis on Medical institution )																																
担当教員氏名	田中 伸																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2 単位 ( 30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、基礎科目・応用科目で学んだ会計の基本的な知識を医療経営の現場に適用する専門科目として位置付ける。本科目では、医療経営の現場で実際に求められる公共経営としての意思決定や、それに必要とされる財務分析の事例を豊富に取り上げる。医療・介護経営の専門分野におけるより実践的な科目と考えるものである。																																
授業の概要	医療経営を理解するためには、まず経営の共通言語である財務会計を理解しなくてはならない。基礎科目および応用科目で学んだ基礎的な会計知識を経営を担う上で使えるようにするために、まずは企業における財務分析によって基礎的な財務の分析手法を理解したうえで、これを応用して医療現場の事例に沿って財務分析を行う。財務を分析する上で財務諸表の外にある定性的なデータの重要性と経営戦略が財務に与える影響まで理解することを目標にする。																																
成績評価の方法	日常点(グループワークとディスカッション): 50% 最終レポート: 50%																																
テキスト	・松村勝弘[2007]『企業価値向上のためのファイナンス入門』中央経済社。																																
参考文献	特に指定なし。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	基礎的な会計は知っているものとして授業を進める。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクションー財務の基礎を復習するー</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>企業財務分析のための定性情報</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>企業財務分析の基礎: 利益率</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>企業財務分析の基礎: 安全性成長性</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>企業財務分析の基礎: CF</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>企業財務分析の基礎: 総合力</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>医療財務の特徴1</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>医療財務諸表の特徴2 病院の違いによる差異</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>医療財務分析の際の注意点</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>医療財務分析: 利益率</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>医療財務分析: 安全性 成長性</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>医療財務分析: 総合力</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>医療財務から読み取れるマネジメント</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>医療財務から読み取れる戦略</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>総合プレゼンテーション</td> </tr> </table>			1	イントロダクションー財務の基礎を復習するー	2	企業財務分析のための定性情報	3	企業財務分析の基礎: 利益率	4	企業財務分析の基礎: 安全性成長性	5	企業財務分析の基礎: CF	6	企業財務分析の基礎: 総合力	7	医療財務の特徴1	8	医療財務諸表の特徴2 病院の違いによる差異	9	医療財務分析の際の注意点	10	医療財務分析: 利益率	11	医療財務分析: 安全性 成長性	12	医療財務分析: 総合力	13	医療財務から読み取れるマネジメント	14	医療財務から読み取れる戦略	15	総合プレゼンテーション
1	イントロダクションー財務の基礎を復習するー																																
2	企業財務分析のための定性情報																																
3	企業財務分析の基礎: 利益率																																
4	企業財務分析の基礎: 安全性成長性																																
5	企業財務分析の基礎: CF																																
6	企業財務分析の基礎: 総合力																																
7	医療財務の特徴1																																
8	医療財務諸表の特徴2 病院の違いによる差異																																
9	医療財務分析の際の注意点																																
10	医療財務分析: 利益率																																
11	医療財務分析: 安全性 成長性																																
12	医療財務分析: 総合力																																
13	医療財務から読み取れるマネジメント																																
14	医療財務から読み取れる戦略																																
15	総合プレゼンテーション																																

授業科目名 (英語表記)	健康ビジネスのイノベーション (Advanced Study in Health Services Management and Policy)		
担当教員氏名	西田 在賢		
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択
配当学年 (履修要件)	2年次		
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	イノベーションが生まれる背景には必ず技術・事業・生活などの面で深刻な行き詰りがある。わが国の医療改革では社会保険医療・介護の行き詰まりをブレークスルーするためにさまざまな試みが行われ、このことが医療・介護事業者の経営に深く影響している。本授業では、わが国の制度改革の動向を鑑みて革新的な事業経営に結び付けるために、医療・介護サービスの制度の持続性と事業の持続性の両面からこの分野の変革を理解してもらう。		
授業の概要	わが国のヘルスケアビジネスの場合、医療・介護保障の社会保険制度の理解なくしては成立せず、同制度のもとで進められる諸改革は現物給付方式の医療・介護保険事業の経営論議であるといえるが、じつのところ、現物給付方式の医療・介護保険なるものの事業管理は複雑を極め、世界的にも研究が遅れており、未だその解を持たず、深刻な行き詰りに直面している。そのため、わが国の医療改革では社会保険医療・介護の行き詰まりをブレークスルーするためにさまざまな試みが行われ、このことが医療・介護事業者の経営に深く影響する。本授業では、ゲスト講師も招き、幅広く医療改革の動向を理解してもらうとともに、医療経営持続性の考え方や地域包括ケアシステムにおけるICT導入の動向、地域医療構想に関連した病院群の統括管理の研究などを紹介する。		
成績評価の方法	講義を聴いてディスカッションに加わるのが重要となるので日常点60%、そして、中間・期末査レポート40%のバランスで評点する。		
テキスト	西田在賢『ソーシャルビジネスとしての医療経営学』薬事日報社刊、2011年。 このほかに受講に必要な資料等は当日に配布する。		
参考文献	随時知らせる。		
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為)	授業内容を理解するために、第5クォーターで開講される選択科目「医療・介護・福祉制度」および第6クォーターで開講される選択科目「医療経営」の履修が必須である。		
授業計画	8/20(日)2~5限 10:40~17:50	1 イノベーションなるものについて考える 2 事例:変革のイネーブラーとしてのIT(情報技術)を振り返る 3 「ソーシャルビジネスとしての医療経営学」を考える① 4 「ソーシャルビジネスとしての医療経営学」を考える②	
	8/26(土)2~5限 10:40~17:50	5 わが国最近の医療改革:医療介護総合確保推進 6 医療介護総合確保推進の話題①地域医療構想について 7 事例:英国に見る地域病院群の統括管理 8 今回の集中講義の質疑応答	
	9/2(土)3~5限 13:00~17:50	9 医療介護総合確保推進の話題②地域包括ケアシステムについて 10 地域包括ケアシステムの最近の動向(ゲスト講師を予定) 11 今回の集中講義の質疑応答	
	9/3(日)2~5限 10:40~17:50	12 地域の医療介護総合確保のマネジメントについて 13 医療介護需給のマッチングを支援するITシステム(ゲスト講師を予定) 14 地域の医療提供施設となる調剤薬局の経営(ゲスト講師を予定) 15 今回の集中講義の質疑応答	

授業科目名 (英語表記)	医療・介護組織と人材マネジメント (Health and Social Care Marketing)																																
担当教員氏名	吉長 成恭																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	医療・福祉ビジネスは少子高齢化における重点サービス産業であり、人材マネジメントの再構築が求められている。本授業は、医療・福祉ビジネスの基礎知識をMBAの手法によって習得し、医療・福祉政策における具体的な課題を認識する。カリキュラム上は、マーケティングおよび組織・人材マネジメント領域における専門科目であり、応用科目である「サービスマーケティング」を履修しておくことが望ましい。																																
授業の概要	我が国における医療福祉市場の変遷と現状について学び、マイケル E. ポーターの「医療戦略の本質」とクレイトン M.クリステンセンのイノベーターのための処方箋「ヘルスケアのための価値破壊型イノベーション」について理解する。プロダクトアウトからマーケット志向の医療福祉サービスの価値を理解し、医療福祉施設マネジメントやオペレーションにおけるイノベーションの創出を試みる。																																
成績評価の方法	日常点(授業中の積極的な態度とクラスへの貢献):24% 毎回の小レポート:36% 期末レポートおよびプレゼンテーション:40%																																
テキスト	・マイケル E. ポーター[2009]『医療戦略の本質』日経BP社。 ・Clayton M. Christensen[2008]『The Innovator's Prescription: A Disruptive Solution for Health Care』 McGraw Hill																																
参考文献	・イチロー・カワチ他[2013]『ソーシャル・キャピタルと健康政策:地域で活用するために』日本評論社。 ・ジョセフ・S. サンフィリップ[2006]『MBA式医療経営戦略ハンドブック』日本医療企画。 ・スティーヴン・G・ヒルスタッド[2007]『ヘルスケア・マーケティング』麗澤大学出版会。 ・出川通[2013]『MOTマーケティング入門』秀和システム。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	多くの医療・介護組織は中小企業であり、地域に密着した有望なビジネスの担い手でもある。初心者でも理解できるように概要とケーススタディを中心に進めるが、高い問題意識と入念な事前準備をもって参加すること。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)</td></tr> <tr><td>2</td><td>医療福祉市場の現状と政策</td></tr> <tr><td>3</td><td>医療福祉市場の今日の趨勢</td></tr> <tr><td>4</td><td>医療福祉ビジネスにおける人材マネジメント「感情労働」</td></tr> <tr><td>5</td><td>ソーシャル・キャピタルと健康</td></tr> <tr><td>6</td><td>医療サービスの価値向上の原則</td></tr> <tr><td>7</td><td>医療の質とDPC</td></tr> <tr><td>8</td><td>コーディングとコンプライアンス</td></tr> <tr><td>9</td><td>戦略的マーケティングマネジメント</td></tr> <tr><td>10</td><td>ビジネスマネージャーのためのオペレーション戦略</td></tr> <tr><td>11</td><td>経営会議のリーダーシップ</td></tr> <tr><td>12</td><td>ゲストによる講演会</td></tr> <tr><td>13</td><td>総括</td></tr> <tr><td>14</td><td>期末レポート発表①</td></tr> <tr><td>15</td><td>期末レポート発表②</td></tr> </table>			1	イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)	2	医療福祉市場の現状と政策	3	医療福祉市場の今日の趨勢	4	医療福祉ビジネスにおける人材マネジメント「感情労働」	5	ソーシャル・キャピタルと健康	6	医療サービスの価値向上の原則	7	医療の質とDPC	8	コーディングとコンプライアンス	9	戦略的マーケティングマネジメント	10	ビジネスマネージャーのためのオペレーション戦略	11	経営会議のリーダーシップ	12	ゲストによる講演会	13	総括	14	期末レポート発表①	15	期末レポート発表②
1	イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)																																
2	医療福祉市場の現状と政策																																
3	医療福祉市場の今日の趨勢																																
4	医療福祉ビジネスにおける人材マネジメント「感情労働」																																
5	ソーシャル・キャピタルと健康																																
6	医療サービスの価値向上の原則																																
7	医療の質とDPC																																
8	コーディングとコンプライアンス																																
9	戦略的マーケティングマネジメント																																
10	ビジネスマネージャーのためのオペレーション戦略																																
11	経営会議のリーダーシップ																																
12	ゲストによる講演会																																
13	総括																																
14	期末レポート発表①																																
15	期末レポート発表②																																

授業科目名 (英語表記)	地域福祉イノベーション ( Case Studies on Community Based Social Innovation )																																
担当教員氏名	露木 真也子																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位 (30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	カリキュラム上では、医療・福祉に関連した専門科目である。私たちの暮らしに最も身近な地域福祉の視点から、課題解決型の社会イノベーション・アイデアを創出する能力を、事例研究およびグループワークの反復を通じて、より実践的に習得することを目標とする。																																
授業の概要	本科目では、「地域に根差したインクルーシブな開発(CBID: Community Based Inclusive Development)」の理念を始め、私たちの暮らしや地域社会に大きなインパクトをもたらす地域福祉分野の社会イノベーションについて学ぶ。毎講義の前半で、障害者福祉や病児ケア、若者支援、女性支援、あるいは近隣のごみ屋敷問題まで、多岐にわたる社会的課題に取り組み、成果を上げている社会起業家についてのケーススタディ講義を、後半では前半で紹介した社会的課題に対して自分(達)ならばどのような支援サービスを提供できるかを検討する。社会起業家をゲスト講師に招く機会も設け、事業アイデアの創出から実践までの理解を深めるとともに、当該分野におけるビジネスデザイン創造へとつなげることをめざす。																																
成績評価の方法	日常点(グループワークへの貢献度):30% レポート(毎講義のグループ討議を踏まえた小レポート):30% 最終プレゼンテーション:40%																																
テキスト	適当なテキストがないため、参考文献を随時紹介しながら講義を行う。																																
参考文献	・露木真也子他(2015)『CBID事例集』日本障害者リハビリテーション協会。 ・JANNET(2014)『CBRガイドライン概要版&CBRマトリックス使用の手引き』障害分野NGO連絡会。  上記のほか、随時参考資料を配布する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	当該分野の課題解決を目指す意欲をもって主体的に講義に参加すること、また、概論として「社会イノベーション」を履修していることが望ましい。 ゲスト講師による特別講義回は、都合により前後する可能性がある。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクションーCBIDとはー</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>地域に根差したインクルーシブな開発と社会イノベーション</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>地域福祉イノベーションの先進事例ー若者支援ー</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>地域福祉イノベーションの先進事例ー女性支援ー</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>地域福祉イノベーションの先進事例ー農福連携ー</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>地域福祉イノベーションの先進事例ー医福連携ー</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>先進事例特別講義「社会福祉法人むそう」(仮)</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>講師を交えての事例研究ディスカッション</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>地域福祉イノベーションの先進事例ーその他①ー</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>地域福祉イノベーションの先進事例ーその他②ー</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>地域福祉イノベーション創造ミニワークショップ</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>地域福祉イノベーション創造ミニワークショップ</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>先進事例特別講義「一般社団法人草の根ささえあいプロジェクト」(仮)</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>～『できることもちよりワークショップ』体験</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>ワークショップ成果 ミニ発表会(最終プレゼンテーション)</td> </tr> </table>			1	イントロダクションーCBIDとはー	2	地域に根差したインクルーシブな開発と社会イノベーション	3	地域福祉イノベーションの先進事例ー若者支援ー	4	地域福祉イノベーションの先進事例ー女性支援ー	5	地域福祉イノベーションの先進事例ー農福連携ー	6	地域福祉イノベーションの先進事例ー医福連携ー	7	先進事例特別講義「社会福祉法人むそう」(仮)	8	講師を交えての事例研究ディスカッション	9	地域福祉イノベーションの先進事例ーその他①ー	10	地域福祉イノベーションの先進事例ーその他②ー	11	地域福祉イノベーション創造ミニワークショップ	12	地域福祉イノベーション創造ミニワークショップ	13	先進事例特別講義「一般社団法人草の根ささえあいプロジェクト」(仮)	14	～『できることもちよりワークショップ』体験	15	ワークショップ成果 ミニ発表会(最終プレゼンテーション)
1	イントロダクションーCBIDとはー																																
2	地域に根差したインクルーシブな開発と社会イノベーション																																
3	地域福祉イノベーションの先進事例ー若者支援ー																																
4	地域福祉イノベーションの先進事例ー女性支援ー																																
5	地域福祉イノベーションの先進事例ー農福連携ー																																
6	地域福祉イノベーションの先進事例ー医福連携ー																																
7	先進事例特別講義「社会福祉法人むそう」(仮)																																
8	講師を交えての事例研究ディスカッション																																
9	地域福祉イノベーションの先進事例ーその他①ー																																
10	地域福祉イノベーションの先進事例ーその他②ー																																
11	地域福祉イノベーション創造ミニワークショップ																																
12	地域福祉イノベーション創造ミニワークショップ																																
13	先進事例特別講義「一般社団法人草の根ささえあいプロジェクト」(仮)																																
14	～『できることもちよりワークショップ』体験																																
15	ワークショップ成果 ミニ発表会(最終プレゼンテーション)																																
オフィスアワー	講義初回に相談のうえ決定																																

授業科目名 (英語表記)	医療倫理 ( Medical Ethics )																																
担当教員氏名	※																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位 (30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	本科目は、「医療・介護」の経営におけるプロフェッショナルの育成を目指すための専門科目である。基礎科目では、「コミュニケーション力とファシリテーション」、「ビジネスの法と倫理」、応用科目では「コーチングとリーダーシップ」等と関連性がある。医療・介護分野の管理者として倫理的問題に遭遇した場合、対応できる能力を養うことを目標とする。																																
授業の概要	医療倫理、生命倫理に関する話題は、各種メディアでも数多くとりあげられている。「医療・介護」の管理者として、医療倫理に関心を持ち、基礎的知識を修得することは意義のあることである。各回、最初に講義を行い、必要知識を教授する。さらに、討議を通じて学びを深めていく。																																
成績評価の方法	日常点(討議の貢献度等):40% レポート課題:60%																																
テキスト	配布資料を中心に行う。																																
参考文献	赤林朗(編) [2017] 『[改訂版]入門・医療倫理 I』 勁草書房 トニー・ホープ [2015] 『1冊でわかる医療倫理』 岩波書店																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	特になし																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>医療倫理概論</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>医療倫理の変遷、医療倫理の必要性、医療倫理の将来</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>生命誕生と医学</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>人工授精、体外受精、顕微授精、再生医療、生殖技術</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>生を絶つことへの医学の介入</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>人工妊娠中絶、選別出産、減数出産</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>死の医学</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>脳死、安楽死、尊厳死</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>生と死のケア</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>ターミナル・ケア、ホスピス、死の臨床</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>インフォームド・コンセント</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>パターンリズム、病名告知、終末期医療、新薬開発、遺伝子診断</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>医療と法と倫理</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>医療事故</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>発表 まとめ</td> </tr> </table>			1	医療倫理概論	2	医療倫理の変遷、医療倫理の必要性、医療倫理の将来	3	生命誕生と医学	4	人工授精、体外受精、顕微授精、再生医療、生殖技術	5	生を絶つことへの医学の介入	6	人工妊娠中絶、選別出産、減数出産	7	死の医学	8	脳死、安楽死、尊厳死	9	生と死のケア	10	ターミナル・ケア、ホスピス、死の臨床	11	インフォームド・コンセント	12	パターンリズム、病名告知、終末期医療、新薬開発、遺伝子診断	13	医療と法と倫理	14	医療事故	15	発表 まとめ
1	医療倫理概論																																
2	医療倫理の変遷、医療倫理の必要性、医療倫理の将来																																
3	生命誕生と医学																																
4	人工授精、体外受精、顕微授精、再生医療、生殖技術																																
5	生を絶つことへの医学の介入																																
6	人工妊娠中絶、選別出産、減数出産																																
7	死の医学																																
8	脳死、安楽死、尊厳死																																
9	生と死のケア																																
10	ターミナル・ケア、ホスピス、死の臨床																																
11	インフォームド・コンセント																																
12	パターンリズム、病名告知、終末期医療、新薬開発、遺伝子診断																																
13	医療と法と倫理																																
14	医療事故																																
15	発表 まとめ																																

授業科目名 (英語表記)	医療・介護・福祉制度 (Introductory Health Services Management and Policy)																															
担当教員氏名	西田 在賢																															
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																													
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																													
配当学年 (履修要件)	2年次																															
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	医療・介護の経営では、国や自治体が担う医療提供体制を持続させる仕組みすなわち制度経営論と、医療機関が担う医療提供事業を持続する仕組みすなわち事業経営論の二つの論をもって説明されることを理解する糸口を掴んでもらい、国民生活に欠かせない医療・介護サービス資源のやり繰りの科学を理解してもらう。																															
授業の概要	医療・介護は社会保障制度で提供されるものだけでも優に50兆円を超えて巨額である。本授業では、医療・介護サービス提供を持続させる仕組み、いわゆる制度経営論を説明する。具体的には、国ごとに異なる医療・介護サービスの事業成立の社会的背景の違いや、わが国の場合に医療・介護サービス提供者の経営を持続させるために設けられる医療・介護福祉の諸制度の成り立ちや運営の特徴について説明するものであり、内容はテキスト『ソーシャルビジネスとしての医療経営学』前編「医療・介護の経営原理」が中心となる。そして授業ではパワーポイントで作成したコンテンツをプロジェクターで映して説明し、随時ディスカッションの時間を交えることで進める。																															
成績評価の方法	講義を聴いてディスカッションに加わるのが重要となるので日常点60%、 そして、中間・期末考査レポート40% のバランスで評点する。		そ																													
テキスト	西田在賢『ソーシャルビジネスとしての医療経営学』薬事日報社刊、2011年。 このほかに受講に必要な資料等は当日に配布する。																															
参考文献	随時知らせる。																															
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス)	医療・介護分野について関心を持っていることが望ましい。																															
授業計画	<p>4/8(土)3, 4限 (13:00~16:10)</p> <p>4/28(金)6, 7限 (18:30~21:30)</p> <p>4/29(土)3, 4限 (13:00~16:10)</p> <p>5/12(金)6, 7限 (18:30~21:30)</p> <p>5/13(土)3, 4限 (13:00~16:10)</p> <p>5/26(金)6, 7限 (18:30~21:30)</p> <p>5/27(土)3~5限 (13:00~17:50) 又は、2~4限 (10:40~16:10)</p>	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクション 全体像① 講義概略説明</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>イントロダクション 全体像② 医療・介護保障の現況について説明</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>イントロダクション 全体像③ テキストを揃えて医療の経営学を紹介</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>わが国の医療システム① 医療資金を担う保険制度</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>わが国の医療システム② わが国の医療保険制度</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>わが国の医療システム③ まとめ</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>高齢化社会と介護保険① 高齢化社会への対策経緯</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>高齢化社会と介護保険② 高齢化社会と介護保険制度</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>中間考査(レポート課題の提示と質疑応答)</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>医療・介護の制度改革の動向① 制度改革突入の経緯</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>医療・介護の制度改革の動向② 医療制度改革の内容</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>医療・介護の制度改革の動向③ 制度改革と介護保険制度</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>医療・介護の制度改革の動向④ 保険制度改革と医療・介護事業</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>期末考査(レポート課題の提示と質疑応答)</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>考査レポートおよび講義全体のまとめ</td> </tr> </table>	1	イントロダクション 全体像① 講義概略説明	2	イントロダクション 全体像② 医療・介護保障の現況について説明	3	イントロダクション 全体像③ テキストを揃えて医療の経営学を紹介	4	わが国の医療システム① 医療資金を担う保険制度	5	わが国の医療システム② わが国の医療保険制度	6	わが国の医療システム③ まとめ	7	高齢化社会と介護保険① 高齢化社会への対策経緯	8	高齢化社会と介護保険② 高齢化社会と介護保険制度	9	中間考査(レポート課題の提示と質疑応答)	10	医療・介護の制度改革の動向① 制度改革突入の経緯	11	医療・介護の制度改革の動向② 医療制度改革の内容	12	医療・介護の制度改革の動向③ 制度改革と介護保険制度	13	医療・介護の制度改革の動向④ 保険制度改革と医療・介護事業	14	期末考査(レポート課題の提示と質疑応答)	15	考査レポートおよび講義全体のまとめ
1	イントロダクション 全体像① 講義概略説明																															
2	イントロダクション 全体像② 医療・介護保障の現況について説明																															
3	イントロダクション 全体像③ テキストを揃えて医療の経営学を紹介																															
4	わが国の医療システム① 医療資金を担う保険制度																															
5	わが国の医療システム② わが国の医療保険制度																															
6	わが国の医療システム③ まとめ																															
7	高齢化社会と介護保険① 高齢化社会への対策経緯																															
8	高齢化社会と介護保険② 高齢化社会と介護保険制度																															
9	中間考査(レポート課題の提示と質疑応答)																															
10	医療・介護の制度改革の動向① 制度改革突入の経緯																															
11	医療・介護の制度改革の動向② 医療制度改革の内容																															
12	医療・介護の制度改革の動向③ 制度改革と介護保険制度																															
13	医療・介護の制度改革の動向④ 保険制度改革と医療・介護事業																															
14	期末考査(レポート課題の提示と質疑応答)																															
15	考査レポートおよび講義全体のまとめ																															

授業科目名 (英語表記)	クリニカルガバナンス (Clinical Governance)																																
担当教員氏名	吉長 成恭																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	英国特にブレア政権の医療制度改革と行財政改革が問いかける医療政策の「良きバランス」へ向けた再生戦略を理解し、医療の第三の道からみた、クリニカルガバナンスとは何かを理解し、科学的根拠(EBM)に基づくチーム医療サービスのあり方を探る。特に、医療組織におけるスタッフのインセンティブ設計とそのマネジメントを学ぶ。																																
授業の概要	医療機関におけるスタッフの専門能力開発(CPD: Continuing Professional Development)と医療サービスの質の向上において基盤をなすものがクリニカルガバナンスであり、それは国の保健医療システム改革が必要とする幅広い医療サービス開発ニーズと、患者や家族の医療ニーズの両方に合致することが求められる。実践ベースの専門能力開発プランは次の段階では、組織のビジネスプランとなる。患者中心のファーストクラスの医療サービス提供組織が必要とする学習する文化の醸成に対して管理者に必要とされる「14の視点」を実践的に学修する。カリキュラム上は、「組織・人材マネジメント」領域における専門科目であり、応用科目である「コーポレート・ガバナンス」を履修しておくことが望ましい。																																
成績評価の方法	日常点(授業中の積極的な態度とクラスへの貢献): 24% 毎回の小レポート: 36% 期末レポートおよびプレゼンテーション: 40%																																
テキスト	吉長成恭・小林暁峯訳[2004]『クリニカルガバナンス～病医院経営 医療の質を高める「14の視点」～』日本医療企画。																																
参考文献	・森 臨太郎[2008]『イギリスの医療は問いかける「良きバランス」へ向けた戦略』医学書院。 ・ジョセフ・S. サンフィリップ[2006]『MBA式医療経営戦略ハンドブック』日本医療企画。 その他を授業中に紹介する。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	多くの医療・介護組織は中小企業であり、地域に密着した有望なビジネスの担い手でもある。初心者でも理解できるように概要とケーススタディを中心に進めるが、高い問題意識と入念な事前準備をもって参加すること。																																
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)</td></tr> <tr><td>2</td><td>クリニカルガバナンスとは何か</td></tr> <tr><td>3</td><td>学習する文化の確立と維持</td></tr> <tr><td>4</td><td>経営資源と医療サービスの管理</td></tr> <tr><td>5</td><td>研究開発していく文化の確立と普及</td></tr> <tr><td>6</td><td>信頼性ある正確なデータ</td></tr> <tr><td>7</td><td>エビデンスに基づいた医療とポリシー</td></tr> <tr><td>8</td><td>守秘義務、説明責任と実践</td></tr> <tr><td>9</td><td>健康増進、統制のとれたチームワーク</td></tr> <tr><td>10</td><td>患者と住民の有意義な参画</td></tr> <tr><td>11</td><td>ヘルスプロモーション</td></tr> <tr><td>12</td><td>リスクマネジメント</td></tr> <tr><td>13</td><td>基本的な必要条件</td></tr> <tr><td>14</td><td>期末レポート発表①</td></tr> <tr><td>15</td><td>期末レポート発表②</td></tr> </table>			1	イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)	2	クリニカルガバナンスとは何か	3	学習する文化の確立と維持	4	経営資源と医療サービスの管理	5	研究開発していく文化の確立と普及	6	信頼性ある正確なデータ	7	エビデンスに基づいた医療とポリシー	8	守秘義務、説明責任と実践	9	健康増進、統制のとれたチームワーク	10	患者と住民の有意義な参画	11	ヘルスプロモーション	12	リスクマネジメント	13	基本的な必要条件	14	期末レポート発表①	15	期末レポート発表②
1	イントロダクション(概要、評価方法、テキスト、課題の説明)																																
2	クリニカルガバナンスとは何か																																
3	学習する文化の確立と維持																																
4	経営資源と医療サービスの管理																																
5	研究開発していく文化の確立と普及																																
6	信頼性ある正確なデータ																																
7	エビデンスに基づいた医療とポリシー																																
8	守秘義務、説明責任と実践																																
9	健康増進、統制のとれたチームワーク																																
10	患者と住民の有意義な参画																																
11	ヘルスプロモーション																																
12	リスクマネジメント																																
13	基本的な必要条件																																
14	期末レポート発表①																																
15	期末レポート発表②																																

授業科目名 (英語表記)	アジア新興国・地域における日本型デザインとマネジメント ( Japanese Design and Management in Asian Emerging Countries )																																
担当教員氏名	吉川 成美																																
科目区分 (基礎・応用等)	専門	授業形態 (講義・演習等)	講義																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	選択																														
配当学年 (履修要件)	2年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	この授業は、日本型のデザインとマネジメントとは何か、グローバルに貢献し得る日本の技術、人材育成、サービスについて、アジア新興国における具体的な事例を使って現状分析を行う。地域に根差した社会技術とは何か、求められている日本型の経営をめぐり、ジャパンプランドの再検証を行うことを目的としている。マーケティング全般、顧客コミュニケーション、ソーシャルデザイン思考と関連する科目である。																																
授業の概要	アジア新興国・地域は、中国・インド・ASEAN主要4カ国(マレーシア・タイ・インドネシア・フィリピン)・韓国・台湾など国・地域によって成長速度は異なるものの、先進国を上回る成長率の高さに注目が集まっている。各国・地域が、日本型の産業デザインとマネジメントによりそれぞれの抱える課題をどのように克服しているのか、さらには世界経済を牽引する潜在性について具体的な事例をもとに実践を学び、各動向を分析する。																																
成績評価の方法	日常点(授業内でのリアクションペーパーの提出)40%、最終課題レポート60%																																
テキスト	授業内でその都度紹介する																																
参考文献	堀井秀之『社会技術論: 問題解決のデザイン』東京大学出版会、2012年 中川淳『経営とデザインの幸せな関係』日経BP社、2016年 松井忠三『無印良品が、世界でも勝てる理由 世界に“グローバル・マーケット”は、ない』KADOKAWA,2015年																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・禁止行為等)	「社会問題の分析」「解決策の立案」「解決策の影響評価」という一連の手続きを、デザインとマネジメントという切り口で分析する。そのため普段からアジア新興国における日本企業の存在意義、マーケティングの特徴、プロダクト及びサービスの現状について関心を持って調べ、議論に参加してください。国の事例は授業内の話し合いにより、予定を変更する可能性があります。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>ジャパンプランドとは何か</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>アジアの内発的発展と外発的発展—ODA時代からの課題</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>社会的課題の克服と日本技術—中国・インド</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>人口増大と市民の消費行動からの事例</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>地域に根差した本当に必要な技術—中国・インド</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>アジアマーケティングでの特殊事例</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>ポスト経済成長時代の社会発展をどう考えるか—タイ・インドネシア</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>日本企業の挑戦と環境問題の解決</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>人材育成と教育産業の歴史的成果—カンボジア・ベトナム</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>平和構築と日本型人材育成の事例</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>日本型サービスの評価—求められているジャパンプランド</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>事例分析</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>日本型ものづくりの評価—求められているジャパンプランド</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>事例分析</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>総括シンポジウム</td> </tr> </table>			1	ジャパンプランドとは何か	2	アジアの内発的発展と外発的発展—ODA時代からの課題	3	社会的課題の克服と日本技術—中国・インド	4	人口増大と市民の消費行動からの事例	5	地域に根差した本当に必要な技術—中国・インド	6	アジアマーケティングでの特殊事例	7	ポスト経済成長時代の社会発展をどう考えるか—タイ・インドネシア	8	日本企業の挑戦と環境問題の解決	9	人材育成と教育産業の歴史的成果—カンボジア・ベトナム	10	平和構築と日本型人材育成の事例	11	日本型サービスの評価—求められているジャパンプランド	12	事例分析	13	日本型ものづくりの評価—求められているジャパンプランド	14	事例分析	15	総括シンポジウム
1	ジャパンプランドとは何か																																
2	アジアの内発的発展と外発的発展—ODA時代からの課題																																
3	社会的課題の克服と日本技術—中国・インド																																
4	人口増大と市民の消費行動からの事例																																
5	地域に根差した本当に必要な技術—中国・インド																																
6	アジアマーケティングでの特殊事例																																
7	ポスト経済成長時代の社会発展をどう考えるか—タイ・インドネシア																																
8	日本企業の挑戦と環境問題の解決																																
9	人材育成と教育産業の歴史的成果—カンボジア・ベトナム																																
10	平和構築と日本型人材育成の事例																																
11	日本型サービスの評価—求められているジャパンプランド																																
12	事例分析																																
13	日本型ものづくりの評価—求められているジャパンプランド																																
14	事例分析																																
15	総括シンポジウム																																
オフィスアワー	* 毎週月・火曜 12:00~18:00 * 毎週土曜 9:00~16:00 事前にアポイントを取ってください。																																

授業科目名 (英語表記)	ビジネスプラン実践 ( Business Plan )																																
担当教員氏名	玉置 浩伸																																
科目区分 (基礎・応用等)	実践	授業形態 (講義・演習等)	演習																														
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	必修																														
配当学年 (履修要件)	1年次																																
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	事業計画の書き方や、その意義を学ぶ。マーケティング、経営戦略、製品・サービス企画、販売、財務・会計など、基礎科目で学んだことを統合する機会である。																																
授業の概要	大企業で必要とされる事業計画は、社内の経営幹部の説得や予算の獲得に使用される。中小企業では、銀行をはじめとする金融機関向け、ベンチャーではベンチャーキャピタルなどの投資家が提出先となる。本講義では、オーディエンスの微妙な違いを意識しながら、事業計画の意義や書き方を学習する。2コマ連続講義の前半で学んだことを後半のワークショップで実際に実践し、チームに分かれ、実際に事業計画を作成する。																																
成績評価の方法	日常点(授業への参加度):60% ビジネスプラン:40%																																
テキスト	特に指定なし。(講義時に資料を配布する)																																
参考文献	特に指定なし。英文のビジネスプランのひな形がネット上で容易に入手可能であるため、参考にすること。																																
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	・基礎的な会計・財務の知識を習得していることが望ましい。 ・講義への出席と討議への積極的な参加を求める。																																
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>イントロダクションーなぜビジネスプランを書くのか？</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>目的・ミッション、会社概要、製品・サービス</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>ビジネスアイデアの発表(各受講生より)</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>チーム(経営陣)構成、チーム分け</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>市場分析、ビジネスモデル、戦略</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>ワークショップ(市場の定義、データ収集、実地調査プラン作成)</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>フィールドスタディ</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>フィールドスタディ、ピボット</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>中間発表(フィールドスタディの結果およびピボット後のビジネスモデル)</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>財務ー損益計算書、貸借対照表</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>財務ーキャッシュフロー、必要資金算出</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>ワークショップ、個別指導</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>ワークショップ、個別指導</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>ワークショップ、個別指導</td> </tr> <tr> <td>15, 16</td> <td>MVP(ミニマルバイアブルプロダクト)およびビジネスプラン発表</td> </tr> </table>			1	イントロダクションーなぜビジネスプランを書くのか？	2	目的・ミッション、会社概要、製品・サービス	3	ビジネスアイデアの発表(各受講生より)	4	チーム(経営陣)構成、チーム分け	5	市場分析、ビジネスモデル、戦略	6	ワークショップ(市場の定義、データ収集、実地調査プラン作成)	7	フィールドスタディ	8	フィールドスタディ、ピボット	9	中間発表(フィールドスタディの結果およびピボット後のビジネスモデル)	10	財務ー損益計算書、貸借対照表	11	財務ーキャッシュフロー、必要資金算出	12	ワークショップ、個別指導	13	ワークショップ、個別指導	14	ワークショップ、個別指導	15, 16	MVP(ミニマルバイアブルプロダクト)およびビジネスプラン発表
1	イントロダクションーなぜビジネスプランを書くのか？																																
2	目的・ミッション、会社概要、製品・サービス																																
3	ビジネスアイデアの発表(各受講生より)																																
4	チーム(経営陣)構成、チーム分け																																
5	市場分析、ビジネスモデル、戦略																																
6	ワークショップ(市場の定義、データ収集、実地調査プラン作成)																																
7	フィールドスタディ																																
8	フィールドスタディ、ピボット																																
9	中間発表(フィールドスタディの結果およびピボット後のビジネスモデル)																																
10	財務ー損益計算書、貸借対照表																																
11	財務ーキャッシュフロー、必要資金算出																																
12	ワークショップ、個別指導																																
13	ワークショップ、個別指導																																
14	ワークショップ、個別指導																																
15, 16	MVP(ミニマルバイアブルプロダクト)およびビジネスプラン発表																																
オフィスアワー	講義1コマ目に学生と相談の上、決定。																																

授業科目名 (英語表記)	ビジネスデザイン企画 ( Business Design Planning )																							
担当教員氏名	安達, 江戸, 木谷, 小見, 田中, 玉置, 露木, 百武, 村上, 山田(予定), 吉川																							
科目区分 (基礎・応用等)	実践	授業形態 (講義・演習等)	演習																					
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	必修																					
配当学年 (履修要件)	2年次																							
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	本授業は、「ビジネスデザイン創造演習」とあわせて本研究科における学修の集大成として位置づけられる。企業、NPO等の組織や、組織を超えた領域における諸課題に対して、ビジネスの視点から解決するプロジェクトの立案とそのプロセスについて学ぶことを目標とする。																							
授業の概要	本授業で扱うテーマは、教員、学生双方から提示するものとし、学生はその中から1つのテーマを選択する。学生からのテーマの提示については、学生本人が実施したいテーマとし、プロジェクトとして成立するかどうか教員の承認を得て提示するものとする。各学生は、自ら選択したテーマについてリサーチを行い、解決すべき課題を設定したうえで課題の解決策について最終的に企画書としてまとめ、発表を行う。																							
成績評価の方法	授業への参加度:50% 最終成果物:30% 最終プレゼンテーション:20%																							
テキスト	特になし。																							
参考文献	特になし。																							
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	必修科目である。指導教員と十分コミュニケーションを図りながら、計画的に企画書の立案を行うこと。十分授業の準備に時間をかけたうえでの参加が求められる。																							
授業計画	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td rowspan="2">教員によるテーマの提示 6/17</td> </tr> <tr> <td>2</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td rowspan="2">学生によるプレゼンテーション 6/24</td> </tr> <tr> <td>4</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td rowspan="2">プロジェクトおよび教員・学生のチーム決定 7/1</td> </tr> <tr> <td>6</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td rowspan="5">各プロジェクトに分かれ、企画立案</td> </tr> <tr> <td>8</td> </tr> <tr> <td>9</td> </tr> <tr> <td>10</td> </tr> <tr> <td>11</td> </tr> <tr> <td>12</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td rowspan="2">企画発表会 7/29</td> </tr> <tr> <td>14</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>各プロジェクトごとに実施する企画のレビューと課題整理</td> </tr> </table>			1	教員によるテーマの提示 6/17	2	3	学生によるプレゼンテーション 6/24	4	5	プロジェクトおよび教員・学生のチーム決定 7/1	6	7	各プロジェクトに分かれ、企画立案	8	9	10	11	12	13	企画発表会 7/29	14	15	各プロジェクトごとに実施する企画のレビューと課題整理
1	教員によるテーマの提示 6/17																							
2																								
3	学生によるプレゼンテーション 6/24																							
4																								
5	プロジェクトおよび教員・学生のチーム決定 7/1																							
6																								
7	各プロジェクトに分かれ、企画立案																							
8																								
9																								
10																								
11																								
12																								
13	企画発表会 7/29																							
14																								
15	各プロジェクトごとに実施する企画のレビューと課題整理																							

授業科目名 (英語表記)	ビジネスデザイン創造演習 ( Practising Business Design Seminar )																				
担当教員氏名	安達, 江戸, 木谷, 小見, 田中, 玉置, 露木, 西田(予定), 百武, 村上, 吉川, 山田(予定)																				
科目区分 (基礎・応用等)	実践	授業形態 (講義・演習等)	演習																		
単位数(時間数)	2単位(30時間)	必修・選択の別	必修																		
配当学年 (履修要件)	2年次																				
授業の目標 (カリキュラム上の位置付け)	本研究科の基礎科目、応用科目、専門科目で学んだことの集大成として位置づける科目である。「ビジネスデザイン企画」で策定した企画書をベースにさまざまな実践的取り組みを行うことによって、ビジネスリーダーに求められる卓越した課題解決能力を涵養することを目標とする。																				
授業の概要	「ビジネスデザイン企画」で策定した企画を実現するためのさまざまな実践的取り組みを行う。具体的には、フィールドワーク、アンケート実施等の調査、学術的な文献調査、実証実験の実施と検証等が考えられる。これらの調査を通して、当該課題の解決につながる提案としてまとめ、学外ゲストの前で発表する。提案のまとめ方は、プロジェクト実施計画書、実施のための調査報告書、学術論文等、各自の課題によって教員と相談の上、選択する。																				
成績評価の方法	授業への参加度:50% 最終成果物:30% 最終プレゼンテーション:20%																				
テキスト	特に指定なし。																				
参考文献	特に指定なし。																				
履修上の注意事項 (履修上のアドバイス・ 禁止行為等)	必修科目である。本研究科の集大成にふさわしい成果物とすること。計画性を持って主体的に実施することが求められる。																				
授業計画	<table border="1"> <tr><td>1</td><td rowspan="11">プロジェクトごとに実施</td></tr> <tr><td>2</td></tr> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>5</td></tr> <tr><td>6</td></tr> <tr><td>7</td></tr> <tr><td>8</td></tr> <tr><td>9</td></tr> <tr><td>10</td></tr> <tr><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td rowspan="2">学内発表会 12/16</td></tr> <tr><td>13</td></tr> <tr><td>14</td><td rowspan="2">最終発表会</td></tr> <tr><td>15</td></tr> </table>			1	プロジェクトごとに実施	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	学内発表会 12/16	13	14	最終発表会	15
1	プロジェクトごとに実施																				
2																					
3																					
4																					
5																					
6																					
7																					
8																					
9																					
10																					
11																					
12	学内発表会 12/16																				
13																					
14	最終発表会																				
15																					