

授 業 科 目 の 概 要

(ビジネス研究科グローバル経営研究専攻)

科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考	
授 業 科 目 選 択 基 礎 科 目 群	P e r s o n a l M a n a g e m e n t	Business and Society in the Global Context 本科目では、グローバル経済や社会における諸課題を理解するとともに、経営戦略の最先端の課題としてのCSV (Creating Shared Value) を扱う。グローバル経済のひずみや環境問題の深刻化とともに、新たな経営理念として出てきたCSVは、社会にとっての価値と企業にとっての価値を両立させ、企業の事業活動を通じて社会的な課題を解決していくことを目指すものである。具体的には、地球環境問題などの国際的イシューを中心に、グローバルガバナンスとキープレイヤー、比較資本主義分析と国際経営への影響、企業のステークホルダーが有する諸課題、CSVを考慮した戦略の構築とその問題点などを扱う。		
	P e r s o n a l M a n a g e m e n t	Responsible Leadership in the Global Context 本科目は、Business and Society in the Global Contextにおいて扱われたグローバル経済や社会の抱える課題と企業のCSVの関係性を考え、課題解決へ向けての実践につなげるために必要なリーダーシップについて取り上げる。この科目では、グローバル社会の変革に関与しているリーダーについて、調査や実践的プロジェクトへの関与等を介してより深く理解させる。さらに、個々人のリーダーシップ能力、将来、グローバルに活躍するためのクロスカルチャーマネジメント能力やクロスカルチャーに交渉をする力の醸成を試みる。実際には、クロスカルチャーマネジメント、ネゴシエーション、リーダーシップの理論を勉強したうえで、様々なエクササイズを通じて、自己と他者への理解を深め、個々人のリーダーシップ能力、異文化経営能力、交渉力の向上を狙う。		
	F o u n d a t i o n a l M a n a g e m e n t	Accounting 本科目では、企業の意思決定のために必要な財務データの読み方、分析手法、会計情報の意味理解の方法等を学ぶ。財務報告書から収益性、流動性、支払能力等の基礎分析を踏まえて、同業他社分析や将来の成長性、事業の発展性や問題点、M&A対象とされる危険性等まで理解できるレベルに到達できるまでの能力開発を行う。また、監査の基本にも触れる。授業では、企業の実際の財務報告書等を使用し、アメリカや日本の GAAPsや企業会計原則、IFRS等の異同を理解する。最終プロジェクトとして、各自が選択した企業のデータ分析が課される。学生は、本科目を通じて財務報告の基礎、財務報告書の作成手順と分析方法、日々変化を遂げるグローバル会計基準の知識と技法を身に付ける。		
	F o u n d a t i o n a l M a n a g e m e n t	Marketing 本科目では、最新のマーケティングの知識とスキルを学ぶ。マーケティングは、商品やサービスを生産する企業と消費者の間の価値の交換、すなわち価値の創造と管理をめぐる相互作用を対象としている。まず、企業や消費者にとっての価値の概念について解明する。次に、市場調査、消費者行動、製品開発、市場コミュニケーション、顧客関係管理、ブランド管理、セールス・フォース管理、広告などのコンセプト、更に、社会メディアの影響、などを扱い、その上で製品はもとより全社的視点からのマーケティング戦略について明らかにしていく。		
	F o u n d a t i o n a l M a n a g e m e n t	Finance (概要) 本科目では、金融に関する基礎的理論と実際について学ぶ。金融制度や金融市場など金融システムについて理解を深めるとともに、企業の財務活動に関する諸問題についての基礎的枠組みを学ぶ。 (6 Colin Robert Davis) 本科目では金融の基礎理論の修得を目指す。貨幣の考え方、資金の運用調達の制度、仕組み、金融市場取引に関わる民間資金の動きと政策の影響、加えて、国際金融市場に関して為替レートの動き、国際金融取引におけるリスクとルール、等を整理した上で、現実の金融取引に関する具体的な事例を分析する。特に国際金融に焦点を置き、最新の研究論文の内容を紹介する等、経済学の理論に基づいて学術的に金融を学習していくアプローチをとる。 (7 Manish Sharma) 本科目は、企業金融の財務活動について学習し、実践的な応用分析を行う構成となっている。具体的トピックとしては、割引キャッシュフロー、ポートフォリオ分析と資本資産価格モデル (CAPM)、市場の効率性、最適資本構造、企業価値評価、財務・金融システム、配当政策、リスク、WACCなどを予定している。企業の事例研究と共に、金融関連のニュースやアナリストの記事などを使用し、現実の金融市場の動きに関して実践的な知識をつけていく。		
	F o u n d a t i o n a l M a n a g e m e n t	People and Organizations 本科目では、「人」と「組織」の関係についての理論と実際について学ぶ。この科目の出発点として、人と組織との関係がビジネスの成功のカギを握るという前提がある。ではここでいう「人」とは何か。この科目では、経営者や従業員は、「人」として、社会的、心理的、文化的、経済的、法的な存在である点に注目する。そして、「人」と「組織」の関係によって、いかに個人、チーム、当該組織、そして、社会に価値が付加されるかを検討していく。この科目を通じて、学生は、組織において「人」を重視したマネジメントを実施するための考え方、知識、技法を学んでいく。		
	F o u n d a t i o n a l M a n a g e m e n t	Business Economics 本科目では、経済学の理論と方法を学び、基礎知識を確認するが、特に企業経営において生ずる諸問題を解決するために必要なトピックに焦点を当てる。すなわち、企業における人間の行動を分析・理解するための経済学の知識や、企業に及ぼす外部経済環境の作用について学ぶ。具体的には、授業は以下の3部構成となっている。第一部では、企業経営に適用される経済学の理論と実際を押さえる。第二部では、総需要、経済循環、インフレーション、利子率、為替レート、需要管理政策など、企業の外的環境を形成する諸要因を学び、第三部では、企業の意思決定に求められる分析技法、見識、意思決定のためのツールを学ぶ。		

科目区分		授業科目の名称	講義等の内容	備考
選択基礎科目群	F s o u n d e a c t i o n	Strategic Management	本科目では、経営戦略論を扱い、いかに企業が経営戦略を策定、遂行、評価していくのかを学ぶ。扱うトピックとしては、経営戦略プロセス、業界分析や競合分析などの外部分析、内部分析、事業戦略、競争戦略、多角化と企業戦略、提携戦略、国際経営戦略、コーポレートガバナンスと企業戦略、組織と戦略、戦略的リーダーシップ等である。授業では、フィールドワークを含む事例研究と理論を結びつけながら、理解を深めていく方法をとる。多国籍企業の事例を多く扱うとともに、国際NGO等の戦略にも触れ、経営戦略をグローバル化との関わりで考察していく。	
		Operations Management	この科目では、製品やサービスの生産過程と流通過程の管理、すなわち、オペレーション・システムにおける様々な活動をどう管理していくのか、を学ぶ。オペレーションのプロセスの中には、計画、組織化、コントロール、指令、モチベーション、調整などの活動が含まれている。授業全体を通じて、オペレーション・マネジメントの戦略的な役割、オペレーション・マネジメントの技法を企業活動に適用する方法、オペレーション・マネジメントの機能と他の機能（マーケティング、金融、情報システム）との関係、などの理解も深めていく。	
	グローバル・インテンシブ科目群	Global Intensive Subject 1	本科目では、アントレプレナーシップについての集中講義を行う。中心課題は、いかに「ビジネスの好機」へ対応していくのか、ということである。取り上げるトピックは、どのようにビジネスチャンスを見つけ、戦略をたて、事業に必要な様々なリソースを調達し、ビジネスモデルを作り上げ、資金を調達するのか、起業家精神とは何か、巨大な組織との提携をどう行うのか、などである。この科目では、ケース討議を中心に、起業家がビジネスを立ち上げ成長させる間に直面する問題やその対処方法について検討していくが、学生は、起業も将来の選択肢の一つと感じるように、授業の組み立てを行う。	集中講義
		Global Intensive Subject 2	この科目では、国際的なビジネス組織においての、リーダーシップおよび組織論を取り扱うが、特に、組織改革を実行するためのリーダーシップとプロセスに焦点を当てる。トピックとしては、リーダーシップ、価値感、最新の動機づけ理論、権力と権限委譲、職場政治学、組織文化とその変革、多文化チームのマネジメント等を取りあげる。グループ学習と個人による学習を組み合わせ、ケース討論、ビデオ、自己評価、プレゼンテーション、ディベートなどを行う実践的な授業形態をとる。受講生は、自分自身のリーダーシップスタイルを理解するのみならず、組織のチームの一員として活躍するための能力を磨くことにより、グローバルな組織で活躍するための知識と体験を得る。	集中講義
		Global Intensive Subject 3	この科目では、グローバル人的資源管理を扱う。企業が国際競争力を得る上で、要となるのは人材である。いかに優れた資本や技術を有していても、それを国際的に活用していく人材なくしては、グローバルな成功は得られない。しかし、グローバルに通用する適材を見つけ、それを適所に配置していくのは容易ではなく、多くの多国籍企業にとって最大の経営課題となっている。本科目では、戦略的目標とグローバル人的資源管理との関連、多文化・多国籍の組織やチームの中で生じる課題、国際的な提携や共同プロジェクトなどの複雑な組織における方策、グローバル人材の育成と効果的な配属等のトピックを取りあげ、最新の研究知見を紹介しながら議論をし、理解を深めていく。	集中講義
授業科目	S u s t a i n a b l i t y a n d G r e e n B u s i n e s s	Foundations for Sustainable Management	本科目では、環境に考慮を払った経営を考える際の基本となる考え方について学んでいく。具体的には、環境・政策・企業行動等の複雑で相互依存的な関係をシステムとして考え、全体のシステムを構成する要素間のつながりと相互作用に注目して、企業の業績に影響を及ぼす構造や政策の視点から企業をとらえ、最終的には、自然資源管理、公共政策、企業の意味決定などを結びつけ考察していく。すなわち企業人として意思決定を行う際に、環境・政策・企業行動等が相互に与える影響についての考察を行い、合理的かつ環境に配慮をした意思決定を導き出すために分析能力を養う。	
		Green Management in Action	グリーンマネジメントの重要な側面には、環境問題、環境政策、企業の環境経営があるが、この科目では、これら三者の関係について学ぶ。具体的には、どのような条件の下で環境政策は効果を発揮するか、企業は環境と業績の二兎を追えるのか、何がグリーンビジネスを利益の上がるものにするのか、複数のステークホルダーのパートナーシップはどうか機能するか、などの課題を検討する。理論と事例研究を合わせて議論を重ね、最終的には、いかに経済、社会、環境が長期の持続的発展のパラダイムを作り出すことができるかを考察する。	
		Environmental Accounting	グローバル社会においては、トリプル・ボトム・ライン（企業利益、社会、環境の3つの領域における成果）に株主を含む多様なステークホルダーが重要視しはじめていく。本科目では、環境会計を通じてトリプル・ボトム・ラインの量的・質的評価方法に関する知識と技法を学ぶ。具体的には、エネルギーコストの管理、ライフサイクル・アセスメント、製品ライフサイクル原価計算、マテリアルフローコスト会計、さらには、環境領域へのABC（Activity-Based Costing）やバランス・スコアカードの適用、社会関連会計、環境報告書やサステナビリティ報告書のコンテンツ分析などを学習する。さらに、日本、北米、ヨーロッパなどにおける環境会計の実施状況について比較検討を行う。	
		Sustainable and Responsible Marketing	経済発展と企業活動の結果として生じている環境問題や人権問題、その他の社会的な問題に対して、本科目では、マーケティングがどのように対応し、サステナブルな社会のためのマーケティングや社会的責任あるマーケティングを構築しているかを学ぶ。授業では、サステナブルなマーケティング等が製品やサービスの価値の増大にどのように貢献するかを明らかにする。また、サステナブルなマーケティング等のベストプラクティスや失敗事例などを具体的に検討することにより、サステナブルな社会を作るための製品やサービスを生み出す効果的なパラダイムを明らかにし、それをいかにマーケティング戦略に結びつけていくかを考察していく。	

科目区分		授業科目の名称	講義等の内容	備考	
授 業 科 目	B u s i n e s s	Sustainable Human Resource Management	本科目の目的は、新しいコンセプトとしての「持続可能な人的資源管理」を学ぶことである。まず国連の打ち出した原則に沿って「持続可能性」という概念についての理解を深める。その上で、地球環境をも含め、現在と未来の世代に有効な価値を生み出す組織をどう作っていくのか、そのような組織においては人的資源をどう管理していくのかを、ケース分析を通じて学んでいく。この新しい概念が、従来の人的資源管理とどう違い、どのように応用されているのかを、システム理論、変化の理論、エージェンシー理論、パラドックス理論を駆使しつつ、検討を加える。		
		Economics for Sustainable Development	グローバル化の進行とともに、持続可能な発展は、先進国・途上国の経済にとっての課題となっており、本科目では、それを詳細に検討する。先進国における課題として、人口の高齢化、持続可能な消費、制度の調整など、また、発展途上国や移行経済の国々が抱える課題として、成長の管理、生産パターンの持続可能性、人口変化の圧力などについて学ぶ。また、持続可能な発展を促すステークホルダーや制度、企業の戦略、透明性の重要性、市場・政府・NGOが果たす役割などについて、経済発展の観点から議論していく。		
	C u l t u r e a n d C r e a t i v i t y	Cultural and Creative Industries	文化・創造性に関わる産業には、映画、テレビ、音楽、出版、芸術、デザイン、アニメーション、ゲーム産業などが含まれ、国内のみならず輸出産業としての役割も注目されている。この科目では、文化・創造性に関わる産業が、従来の製造業や消費産業と如何に異なるかを明らかにする。特に、輸出産業としての側面に注目し、この産業の所有者、製作者、流通業者が、いかにこの産業のグローバル化に携わり成功しているかを学んでいく。また、この産業が、果たして真の意味で「文化的」であり「創造的」であるのかについて検討を加える。最後に、この産業のグローバル経営戦略に関わる政府の役割についての考察を行う。		
		The Business of Japanese Pop Culture	本科目では、日本のソフトパワーの源泉であり、また巨大な産業でもある日本のポップカルチャー産業についてビジネスの側面に焦点を当てて学んでいく。日本のポップカルチャー産業には、ビデオゲーム、ファッション、ポップミュージック、漫画、アニメなどが含まれているが、これらが国内のみでなく海外でも成功している戦略的要因は何か、また、今後の発展のためにはどのような課題があるのかを、事例研究やフィールドリサーチを通じて検討していく。また、ポップカルチャーの学習を介して、日本の文化や社会への興味と理解を促す。		
		The Business of Fashion Industry	ファッション産業は、オートクチュール、プレミアム・ブランド・ファッション、更に、爆発的な成長を見せるファスト・ファッションなどから構成され、1.4兆ドルに近い売り上げを達成している一大グローバル産業である。この科目では、ファッション産業について紹介を行うとともに、この産業の抱える多様な市場、グローバル・サプライチェーン、流通方法、市場参入に関する戦略、所有やガバナンスの動向、統制に関する諸問題、マーケティングの役割や実際を学んでいく。特に、ブランドが如何に商品の価値を高めているのかに注目する。また、生産やマーケティング戦略に関わる倫理的問題や偽造品等の社会的な問題にも検討を加える。		
		Cultural Tourism	本科目では、京都の主要な産業である文化観光についての理解を深める。文化観光とは、歴史、伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とする観光であり、本科目では、文化観光産業の特徴、ビジネス観光、戦略、課題などを実際の現場を介して学んでいく。授業の方法は講義、ケース、学生のプロジェクト、フィールドリサーチなどで、具体的には、日本における文化観光の代表的都市とも言える京都を研究対象とする。しかし京都に限らず、先進国、発展途上国の別なく、文化資産を有する都市では、文化観光は雇用や幅広い経済利益を生み出す重要な産業と認識されている。よって他の都市における文化観光についても比較、考察を加え、理解を深める。		
		e-Marketing	インターネットやモバイル機器の発達は、初音ミクやソーシャルメディアの現象に見られるように、企業を始めとする文化の生産者と文化の消費者である個人との間の相互作用に大きな変化をもたらし、文化や創造性に関する産業に革命的な影響を及ぼしつつある。本科目では、文化や創造性に関する産業の未来を考慮しつつ、eマーケティングの戦略と最新の技法を押さえる。具体的には、商品コンセプト、商品開発、販売、流通、配達、アフター・セールスやサービスなどに与える影響を解明したのち、純粋にデジタルな商品群、サービスやソリューション等の発展を押さえ、さらに最新の技法・手法を学ぶ。		
		Creativity in Organizations	文化や創造性を基盤にする産業に携わるビジネスリーダーにとって、自分が創造的であるのみならず、その自分が体験した創造性を組織の中の仕組みとしてデザインしていく能力が求められる。本科目では、まず学生が自分で創造性を体験するワークを実施する。このワークを介して、創造性の意味や過程をより深く理解し、個人の創造的な能力を高める。次に、個人の高い想像力をいかに他の人にも広めていけるのか、いかに組織を創造的な組織に変革していくのか、その促進要因や阻止要因は何かについても、座学とワークの両面から学んでいく。		
		B u s i n e s s i n	Understanding Japanese Corporations	この科目では、日本の企業を実際に訪問し、またマネージャー等から経営の実際の話聞くことを通して、日本企業の文化・制度・組織、更に、企業を取り巻く政治・社会環境や地球環境への対応の仕方を学ぶ。日本企業の現場を観察することにより、経営理念や経営戦略、組織や人的資源管理、オペレーション、国際経営、環境戦略や社会的責任などの実際について、総合的に学んでいく。更に、それらが大企業、中小企業、製造業、サービス業、老舗と言われる企業などにおいていかに異なるかを比較検討する。また、学生は将来の就職などについて考えを深める。	
	Japanese Business Practices		この科目は、日本企業の経営様式、組織風土、商習慣の特徴について理解するとともに、それらを形成してきた背景として日本の歴史、文化、社会について学ぶことを目的としている。また、戦後日本経済の高度成長を支える要因となってきた終身雇用、年功序列、企業別組合といった日本的経営様式が、特に90年代以降、世界経済の環境変化にともないどのような変化を遂げてきたのか、また今後どのように変わらうとしているのかについて企業行動の事例研究などを踏まえて学ぶ。		

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考		
授業科目群	選 択 応 用 科 目 群	Marketing in Asia	アジアは、歴史的には世界に対して資源の供給地であり、生産基地でもあったが、近年、急速に世界最大の消費市場として台頭してきている。この科目では、アジアの市場の多様な消費者や流通システムが、世界の他の市場とどのように異なるかを検討し、アジアに進出する企業がいかにアジアの多様な市場に対応しているのか、または、アジア市場標準を打ち出してきているのかを学んでいく。具体的には、基本的なマーケティングの理論や概念に基づき、アジア各国または地域ごとの市場戦略を分析していく。また、アジアにおける日本企業の市場戦略やオペレーションが、欧米の企業とどのように異なるかにも検討を加える。		
		B u s i n e s s i n A s i a	Human Resource Management in Asia	本科目では、アジアで実践されている人的資源管理について学ぶ。日本の人的資源管理を機軸としてアジア諸国の人的資源管理を比較検討し、日本の人的資源管理が企業の海外投資活動を介してアジアの人的資源管理の施策や実際にいかなる影響を与えているかを解明する。更に、中国や韓国の人的資源管理が海外投資を介してアフリカ、南アジア、南アメリカに影響を及ぼし、どのようなハイブリッド・モデルを生み出しているかを学ぶ。本科目では、コンティンジェンシー理論、システム理論、グローバル化理論を参考としつつ、各国の人的資源管理について、比較、批判、検討を重ねる。	
		Investment in Asia	本科目では、アジアにおける直接投資や金融機関による投資の機会とリスク、国境を越える投資のプロセス、および地域の中期的な成長の評価方法について学ぶ。この科目では、事例研究を軸としつつ、株式ファンドの投資家や投資銀行のアドバイザー、市場アナリストなどからのコメントや評論も参考にしつつ勉強を進める。アジアの経済成長は長らく日本に支えられてきたが、その成長のエンジンは、シンガポール、香港、台湾、韓国に、そして中国へと移ってきた。次の成長は何処に生じるのか。ダイナミックなアジア経済を、投資家が利用する様々な指標を材料に検討し理解を深める。		
		Operations Management in Asia	グローバル化の進展により、海外へのアウトソーシングが当たり前のこととなり、サプライチェーンマネジメントが問題となっている。本科目では、アジアにおいて、いかにオペレーション・マネジメントが重要な役割を演じているかを学んでいく。具体的には、日本、中国、インド、韓国、香港、マレーシア、インドネシアなどの事例を検討し、アジア諸国において商品やサービスを提供するシステムのデザイン、オペレーション、改善などの実際を理解する。アジア各国にまたがるサプライチェーンの戦略を構築し、またその成果を評価する能力を養成する。		
	Business Analysis and Valuation	企業の意思決定にとって、証券や信用分析、財務政策分析、合併買収 (M&A) 分析、は重要な分析である。そのため、本科目では、4つの領域 (企業の競争戦略を理解するための経営戦略分析、財務報告書に示される企業の経済活動と戦略の会計分析、営業のキャッシュ・フロー測定と比率の財務分析、予測分析) における分析と評価についての知識と技法を学び、上記のような意思決定のための分析に役立てる。学生は自ら企業を選択し、企業情報をもとに、経営意思決定における会計情報の役立ちを学ぶ。			
	Business Law	本科目では、企業運営に関する法律上の諸問題を学んでいく。扱うトピックとしては、契約、不動産、証券、知的財産、企業組織の形態に関係する法律や反独占法、破産法、労働法などが含まれる。また、これら法律の基礎知識を押さえたうえで、日本、ヨーロッパ、アメリカにおいて、法は実際にはどのように運営されているのかの比較研究を行う。座学以外に、国際的に活躍している日本企業の法務部を訪問し、企業の中で法律上の諸問題がどのように対応され処理されているかを実際に学ぶ。この科目を通じて、法律や法的規制が経営に与える影響を理解し、また国際的な文脈で概観する力を養成する。			
	Business Research Method	グローバル化の中でますます複雑化していく経営環境のもと、有効な戦略を作成し実施するためには、高いレベルの研究や調査が必要とされている。本科目では、ビジネスにおける研究方法の理論と実際を学ぶ。学会発表等の口頭での報告であれ、論文などの出版による報告であれ、どのような調査方法を用いたか、また、その結果が信頼に値するものかどうかは、報告の受け手にとって大きな意味を持つ。この科目では、まず調査の意味を検討し、調査研究の目的と課題、調査素材の選択と検討、資料の作成、分析、報告・提示へと進むプロセスを押さえる。そのうえで、質的調査法、量的調査法の詳細について学んでいく。			
	Knowledge and Innovation Management	グローバル経済における競争力の源泉として、知識やイノベーションはますます重視されているが、この科目では、知識とイノベーションマネジメントについて、アジアや新興国をも射程に置きつつ学んでいく。基本的概念や理論を押さえた後に、破壊的イノベーション、イノベーション政策、形式知と暗黙知、イノベーションと起業家精神、知識移転と技術移転、知識ネットワークとチーム、イノベーションとアジアの産業化、等のトピックを扱う。最新の研究論文を読み進めるとともに、特にアジアの国々の事例を毎回の授業で紹介していくことで、学生の理解を深めていく。			
	Marketing Research	今日の社会において、情報は氾濫しているが、本科目では、情報を質的・量的調査から正しい結論を導き出すための知識と技法を学ぶ。まず、調査のテーマと目的を設定し、次に、調査のプラン・戦略を作成することの重要性とその方法論を学ぶ。次いで実際の調査を実施、インタビュー等を含む質的調査とオンライン等を利用した量的調査を行う。SPSSやExcel等のソフトを使ったデータ処理手法の学習を通じ、データからビジネスの洞察につながる深い意味を引き出す重要性を知る。			

科目区分		授業科目の名称	講義等の内容	備考
授 業 科 目	選 択 応 用 科 目 群	Making Sense of the Global Economy	今日、グローバルという言葉が溢れているが、本科目では、グローバル時代なるものの実態解明を目指す。この科目では、かのウィンストン・チャーチルの名言、「遠く過去を振り返れば振り返るほど、遠い未来がみえてくる」の精神にのっとり、歴史的視座を座標軸とする。グローバル時代を読むということで、折々の時事的トピックや話題の経済事象を取り上げ、学生との議論から、地球経済の21世紀的回り方の謎解きをしていく。この議論と分析という作業を丹念に繰り返していくことにより、学生が確かな尺度と独自の切り口でグローバル時代を読む力をつけていくことを目指す。	
		National and Regional Systems of Technology and Innovation	技術やイノベーションは企業や国家の競争力の重要な決定要因の一つであるが、本科目では、技術革新には国家および地域ごとに、固有のパターンやシステムが存在するという前提のもとに、その解明を行う。日本をはじめとする国々における技術革新のシステムについて、その国や地域に存在する制度やメカニズム、特に大学—企業—政府の三者関係を中心に比較していく。技術革新を促す制度やメカニズムの共通点は何か、違いはどこにあり、それはどのような技術やイノベーションの傾向としてあらわれるのかを検討する。この科目を通じて、学生は技術革新やイノベーションを深く理解するとともに、関連する政策分析を行う能力を養う。	
		Statistics	本科目では、統計が企業の正しい意思決定に重要な役割を果たすことを学ぶ。競争的市場において企業が成功するためには、科学的なデータや情報を正確に分析し、意思決定に利用しなければならない。この授業では、統計理論、概念、方法、技法、統計の企業経営への利用方法を学ぶ。また、統計的思考、信頼性の評価、データに基づく推論の価値などについても理解を深める。授業でとりあげるトピックスは、確率論基礎、平均や標準偏差等の基礎統計量、離散・連続確率分布、正規分布、標本分布、中心極限定理、信頼区間推定、仮説検定、分散分析、相関分析、簡単な重回帰モデルなどである。	
		Strategic Cost Management	本科目では戦略的視点に重点を置き管理会計とコスト管理に焦点を当てる。管理会計は企業の意思決定、業績評価、企業全体や特定部門の経営計画、コスト・コントロールに必要であり、この科目を通して学生は管理会計情報を評価、利用する方法を学ぶ。また、コスト管理及び経営管理システムについて従来の原価システムやABC (Activity-Based Costing) に加え、資本利益率、残余利益、経済的付加価値、バランス・スコアカードといった事業部門の指標や経営品質、品質コスト、生産性、目標コスト、活動基準管理、リーン会計などの必要な知識を身につける。	
		Strategic Management for Innovation and Change	本科目は、激しい技術開発競争と激変する市場環境の中で企業が持続的な成長の道筋を描くための戦略を、イノベーション、組織、リーダーシップという観点から学んでいく。特に、変化に対応するための組織能力に着目し、様々な側面から分析し、学生の理解を促す。本科目では、個人で行う課題図書や文献の調査、グループワークを用いたケース・スタディ、学生同士の討論を中心とする参加型の講義方法をとる。また、ゲストスピーカーによる講演を組み合わせ、幅広い視点からの議論を促す。	
		Professional Development	本科目では、ビジネスにおいて求められる実践的な技能や知識を学ぶ。そのためにオンラインのビジネスシミュレーションゲームをグループで対抗させて行い、いかにビジネスがシステムとして機能するか、実際のビジネスにはどのような技能が必要なのか、を学ばせる。具体的には、競争的環境での企業経営の意味、グループ内のコミュニケーションの取り方やチームワーク、発表の仕方、報告をする際に必要なビジネス・ライティングの技法などを学ぶ。また、キャリア形成、ビジネス慣行の違いなど、国際的ビジネスパーソンの素養として必要なことを実践的に学んでいく。	
		Writing Skills for Effective Communication	この科目では、コミュニケーションにおける文書、すなわち書く技法の重要性を、視覚要素も加味しつつコミュニケーションデザイン視点から学ぶ。まず、必要なメッセージを効果的に伝達するために、文書のスタイルがいかに重要かを、ワークショップ型の授業で体得する。加えて、コミュニケーションデザインの理論と実際を学び、ポスター、ツイッター、プレス発表、研究報告、ビジネス報告書、更に、学術論文などで、画像、情報グラフィックス、言葉、をどのように利用し、どのように使い分けをすれば効果的なのかを学ぶ。文書と視覚的な提示や発表との関係を把握するための訓練を行う。	

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導科目	Critical and Analytical Thinking	主張や仮説を説得力あるものとし、問題解決や研究成果に結び付けるためには、情報を表面的に取り扱わず、分析的、論理的、批判的思考を加え、事象を深く理解していく能力や態度が必要となる。本科目では、ビジネスでも研究においても基本となる思考力や情報に対峙する姿勢を鍛えていく。具体的には論理の構造化等の理論を押さえた後、ディスカッションやディベートにより思考のトレーニングを行う。また、少人数のグループを教員が担当し、学生間のフィードバックを意識的に促すことで、自分の思考プロセスを客観視する能力を培うとともに、今後の研究や学習に必要な姿勢や態度を養う。	
	Master Thesis and Research Project I	<p>(概要)</p> <p>修士論文の研究テーマやリサーチプロジェクトにそって、過去に報告された論文やプロジェクトに関するレポートを精読し、修士論文や特定の課題についての研究成果（リサーチプロジェクトレポート）に必要とされる構造や内容を十分に理解する。修士論文の場合は、関連分野の論文を精読し、文献調査の段階を終え、また、調査方法を考へて、研究計画とともにレポートにまとめる。また、特定の課題研究を行う場合や、必要に応じて修士論文の場合にも、関係者や関係企業と調整を行い、実際の研究活動や研究調査のための準備を行う。例えば、対象になる企業や団体にアクセスをはかり、修士論文やリサーチプロジェクトの研究目的や研究範囲を決定していき、計画書としてまとめる。最初の数回は、担当者が合同で導入指導を行い、また、最後に合同ワークショップで進捗状況の発表を行う。</p> <p>(1 近藤まり)</p> <p>環境や企業の社会的責任に関する論文、または国際経営戦略の文献や事例、関連するクロスカルチャーマネジメントやリーダーシップについての文献の読み込みを行う。関西には環境やサステナビリティに深く配慮を行っている多国籍企業や団体が多く、それらの企業を訪問し、国際戦略と社会的配慮についての実際を学んで、プロジェクトや研究計画のヒントとする。また、グローバル社会の視点を持ちつつ、クロスカルチャーマネジメントやリーダーシップの観点からも、人や組織への考察を行う。修士論文やリサーチプロジェクトの研究計画を作成する際には、なるべく広く、社会や文化、制度と個人、心理学等を考慮した学際的アプローチをとるように学生に促す。</p> <p>(5 Gustavo A. Tanaka)</p> <p>環境会計については、日本から学ぶべきことも多く、また、多くの学生にとって、出身国と日本の報告書の比較や、報告書と実体の比較を行うことで得られる知見も多い。そこで、なるべく早い段階で、学生が興味を持つ企業を挙げさせ、その年次報告書を分析していく。環境のみならず環境・社会責任報告書等も取り扱う。それをスターティングポイントとして、比較対象になる企業や業界、または他国における同じ業界などの報告書などの分析について指導を行う。特に修士論文を希望している学生に対しては、トピックに応じて関連する論文や文献の精読を指導する。</p> <p>(7 Manish Sharma)</p> <p>持続的な経済発展に関する経済、金融のプロジェクトや研究の構想を固めるための指導を行う。まず開発経済関係、特に途上国における持続的発展に関係する論文を中心に文献を読み進める。学生の出身国や地域に関して、国連や世銀などの発行したレポートもとりあげる。修士論文希望者には、研究内容に応じて論文を読み進める。これとは別に、金融業界への就職希望者には、特にSRIに配慮しつつ、機関投資家などの発行したレポートをシステマティックに読み込む指導を行い、リサーチプロジェクトにつなげる。途上国でのNGO等のプロジェクトを希望する学生に対しては、フィールドワークのための関連団体を紹介し、リサーチプロジェクトの内容をつめさせる。</p> <p>(9 Adam Lucas Johns)</p> <p>文化や創造性に関する産業についての文献の精読をグループ全体で行い、その後、個々のテーマにあった論文の読み込みに進む。教員の行っている研究についての論文を読み、どのように研究を進めているのか、どのような困難があるのかについて詳細に説明を行う。ファッション産業などの文化や創造性に関わる産業に携わっている企業を訪問し、ヒアリングを行う。このような活動を通じて、修士論文希望者に対しては、研究トピックに対するヒントを与え、またどこに焦点を絞るとよいかを指導する。また、特定の課題を考えている学生に対しては、関係者を紹介し、リサーチプロジェクトにつなげる。</p> <p>(2 Philip Harold Sugai)</p> <p>eマーケティングに関する論文の読み込みを行う。インターネットやモバイルの発達は、今までとは比べ物にならないほど多くの情報を瞬時に世界中に拡散することができるため、例えば初音ミク現象やKポップのYoutube利用からもわかるように、文化や創造性産業にとって不可欠なインフラとなりつつある。また、ソーシャルメディアを含め、実際にウェブを使った現象をどのように研究課題としていくかについて、指導教員の研究例をあげながら、学生に理解させ個々の修士論文の研究テーマやリサーチプロジェクト作成の参考とさせる。</p> <p>(4 Timothy J. Craig)</p> <p>文化や創造性に関する産業の論文の読み込みを中心に指導を行うが、特にこの分野は、社会や文化への理解が不可欠であるので、経営、経済、ビジネス分野に限らず、社会学や歴史、文化人類学などの幅広い文献を読むように促す。また、京都の地の利を生かし、本物の伝統文化に触れる機会を与えるフィールドトリップを行う。これらの活動を通じて、修士論文の研究課題の絞り込みを行うとともに、京都におけるフィールドワークの重要性を強調し、学際的な研究やリサーチプロジェクトの計画を指導する。</p>	

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導科目	Master Thesis and Research Project I (続き)	<p>(3 Keith Geoffrey Jackson) アジアの経営に関する古典的文献の読み込みを行う。また、同時に、アジアにおける国際人的資源管理の文献や、アジア各国、また学生の出身地における固有の人的資源管理についての論文を読み進める。日本企業の組織や人事政策は大きく変化しており、実際に日本または外資系企業の人事専門家から話を聞く機会を作る。指導教員の研究についての論文を読み進め、この分野で可能な修士論文やリサーチプロジェクトの研究計画についてのヒントとさせる。</p> <p>(6 Colin Robert Davis) 主に研究者を志望する学生の修士論文の指導を念頭に、理論経済学や国際金融関係の論文、日本およびアジアの経済と金融に関する論文の読み込みを進める。この分野に関する文献調査をなるべく早い段階で終わらせ、日本やアジアでのデータを収集する研究計画を固め、研究を進めることを学生に促す。指導教員と一緒に、国内・国外で行われるセミナーや学会に早い段階から参加することを促し、アカデミックな雰囲気に触れるとともに、研究者としての将来に備えさせる。</p> <p>(8 Yaghoub Khojasteh Ghamari) 日本のものづくりに関する基本的な文献、古典的な文献の精読をグループ全体で行う。いくつかの企業を訪問し、工場の実際のオペレーションの課題やサービスのオペレーションにおけるイノベーションについて見学し、日本のものづくりを体験する。また、可能な限りアジア各国でのサプライチェーンマネジメントの問題へのヒアリングを行う。これらの経験をもとに、特定の課題研究希望者は、リサーチプロジェクトの構想を練る。また、修士論文希望者に対しては、論文の読み込みとともに、様々な分析手法についての指導を行い、研究計画を作成させる。</p>	
	Master Thesis and Research Project II	<p>(概要) Master Thesis and Project Research Iで進めたプロジェクトの計画や、文献調査と研究計画に沿って、修士論文のためのデータの収集やリサーチプロジェクトに関する活動を行う。修士論文のための研究は、なるべく早く調査段階（データの収集）を終え、分析を行った上で、論文の草稿にとりかかる。また、必要であれば再調査や追加調査を行う。特定の課題を行う場合には、実際にリサーチプロジェクトを進めていくことになるが、フィールドワークの要素が入る場合には、指導教員と密接な連絡をとりながら、現実的な対処をしていくことが重要になる。最後に合同のワークショップを行い進捗状況の発表を行う。</p> <p>(1 近藤まり) サステナビリティやグリーンビジネスの分野を中心に、できるだけ日本の企業や社会の現象と、自国の現象を結び付け、戦略的解決を探るようなプロジェクトや研究計画を推奨する。例えば、環境問題や高齢化は、今後アジアの多くの国が経験する問題であり、日本企業の戦略やアプローチは参考とすることができる。質的研究であれ、量的な研究であれ、関連する企業や団体を紹介し指導を行っていく。また、クロスカルチャーマネジメントやリーダーシップも、必要に応じて関連づけ、研究指導を行う。随時、修士論文やリサーチプロジェクトのための調査を推進するための資料などについて指導を行う。</p> <p>(5 Gustavo A. Tanaka) 環境会計を中心とした分野で、修士論文や特定の課題研究の作成を行う学生を想定している。例えば、企業の報告書と実態の比較を行う研究調査の場合には、適宜、関連企業への紹介を行い、また、一次情報と二次情報の組み合わせについて指導を行う。出身国と日本の環境報告書の比較等の研究の場合には、出身国のデータを単純比較するべきかどうかも含めて指導を行う。リサーチプロジェクトとして、日本で行われている環境報告書を作成する慣行を自国へ導入する際の課題について研究したいと考えているような学生の場合には、テクニカルな理解を深めるだけでなく、企業にとっての導入動機や実際に必要なデータの入手可能性など、多面的な分析を促す指導を行う。</p> <p>(7 Manish Sharma) 持続性のある経済開発に関連する修士論文やリサーチプロジェクトの場合、日本で研究を行う以外に、自国での研究や、草の根活動をフィールドとするプロジェクト研究を行う学生も出てくる。その場合には、まとまった時間のとれる休暇中の過ごし方や到達目標などを明確にし、指導を行う。金融機関へ就職を希望している学生の場合には、関連の企業へのヒアリングも含めてリサーチプロジェクトを指導していく。</p> <p>(9 Adam Lucas Johns) 文化や創造性に関する修士論文の場合、テーマによるが、例えばファッション産業への調査を予定していれば、サンプルの決定、アンケートの計画、実施、結果の解析などの各段階において、密接な指導を行う。特定の課題研究を行う場合、例えば日本のブランドをアジアの自国マーケットへ紹介する等の課題の分析などのリサーチプロジェクトが考えられる。その場合には、マーケットリサーチのデザインおよび実施、また、実際の企業との交渉にあたっての様々な注意点を指導し、進捗状況のモニタリングを行い、リサーチプロジェクトを進捗させていく。</p> <p>(2 Philip Harold Sugai) 文化や創造性に関する産業の中でも、特にデジタルの役割とeマーケティングに関する研究やプロジェクトを中心とした指導を行う。例えば、オンラインゲームや、映像配信に関する修士論文のための研究が考えられる。学生の要望によっては、それ以外のeマーケティング全般やマーケティングリサーチを中心とする特定の課題研究も指導対象とする。研究指導の射程には、ソーシャルメディアの利用も含まれる。質的調査や量的調査の実施に当たり、ソフトウェアやウェブの使用を含めてきめ細かな指導を行っていく。</p>	

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導科目	必 修 科 目 Master Thesis and Research Project II (続き)	<p>(4 Timothy J. Craig) 文化や創造性に関する産業に関する特定の課題についての修士論文または研究成果(リサーチプロジェクトレポート)として、質的調査、特に一つまたは数件の事例を深く掘り下げたケーススタディを指導する。社会の有り様や固有の文化がいかにグローバル化の中で変容しているのか、または、その文化の固有性がグローバル経済の中で商品としての新たな価値を持つようになってきたのか、などに注目する。例えば、京都市観光協会やホテルなどの関係諸団体と連携し、文化観光等、京都で勉強する意味を付与するような学際的な研究やリサーチプロジェクトを指導する。</p> <p>(3 Keith Geoffrey Jackson) 学生の実際の研究テーマやリサーチプロジェクトのトピックに沿って、アジアビジネスの分野、特にアジアにおける人的資源管理の分野でのリサーチプロジェクトや調査活動を推進する上での指導を行う。留学生にとって人的資源管理の調査を日本企業で行うためには、語学の問題や企業組織へのアクセスの問題など、いくつかの壁を乗り越える必要がある。このような問題を認識したうえで、実現可能なプロジェクトを計画させ、予期せぬ問題が生じた場合には、適宜変更を加えていく。特にこの点に注意をして研究指導を行う。</p> <p>(6 Colin Robert Davis) 研究者を志望する学生の修士論文の指導を念頭においているので、この段階では、日本やアジア各国の経済または金融データの収集と分析を終わらせ、修士論文の草稿に目途をつけ、投稿論文への発展を念頭に置いて指導をする。博士課程への進学のためにも、この時期に、少なくとも一回は、国内・国外で行われるセミナーや学会への参加を促す。また、修士課程修了までに一度は学会等での発表をするために発表論文の準備を促す。</p> <p>(8 Yaghoub Khojasteh Ghamari) オペレーションの分野では様々なトピックが考えられるが、特にアジア各国で行われているサプライチェーンマネジメント関連のリサーチプロジェクトを推奨する。実際には、ケーススタディを行う場合と、量的データを得る場合が考えられ、その両方について学生の研究調査やリサーチプロジェクトにあわせてケースバイケースでの指導を行っていく。また、アジア各国の固有の制度やビジネスロジックを考慮し、システムとして考えてまとめるような研究も指導の対象とし、学生の調査やリサーチプロジェクトの進行に合わせ、密接な指導を行っていく。</p>	
	Master Thesis and Research Project III	<p>(概要) Master Thesis and Research Project IIで実施した調査やリサーチプロジェクトを受けて、指導教員のアドバイスを受けつつ、修士論文の作成や特定の課題についての研究成果(リサーチプロジェクトレポート)の作成を行う。なるべく早い段階で合同の公開ワークショップを開催し、予定している論文やレポートの内容について発表し、広く意見を求める。修士論文の場合は、字数も多く、一定の時間を必要とすることが予想される。必要であれば、指導教員を通して、学内外の研究者の意見も求め、余裕があれば、国内外の学会での発表論文や雑誌への投稿論文にまとめることを促す。リサーチプロジェクトの場合、レポート作成にあたっては、必要であれば、指導教員を通して関連業界関係者や実務家の意見も求め、現実的な研究指導を担保する。</p> <p>(1 近藤まり) Master Thesis and Research Project I ~ IIで得られた調査結果を受け、サステナビリティやグリーンビジネスの分野を中心に、社会的課題と日本企業の戦略、クロスカルチャーマネジメント、リーダーシップを結び付けるような学際的な修士論文や特定の課題についての研究成果(リサーチプロジェクトレポート)の作成を指導する。できるだけ学生の論文やレポートの公開を促すため、国内・国外の学会や、サステナビリティ関連の実務家の集まる会合での発表を促す。このような活動を通して、就職を希望する学生は、日本にある環境関連の企業等への接触を試みる機会を与える。進学希望者の優秀な論文は、必要であれば学外の研究者にも指導を仰ぎ投稿論文としてまとめさせる。</p> <p>(5 Gustavo A. Tanaka) Master Thesis and Research Project IIIの開始時点で、公開のワークショップを行うことになっており、そこで広く意見や批判を募り、それをもとに修士論文や特定の課題についての研究成果(リサーチプロジェクトレポート)の作成を促す。高いレベルの調査やプロジェクトに関しては、関西地区で行われている会計を中心とした研究会や、会計や環境に関する監査法人や関連団体を招き、学生の発表を促し、博士課程への進学や、就職など、修了後の進路に役立たせる。</p> <p>(7 Manish Sharma) Master Thesis and Research Project IIで行ったプロジェクトや調査の後、修士論文や持続可能な経済開発や金融などに関する特定の課題についての研究成果(リサーチプロジェクトレポート)をまとめる指導を行う。たとえば途上国におけるマイクロファイナンスについての学会発表を行わせるなど、金融や経済のみならず開発関連の学会も視野に入れた指導を行う。</p>	

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導科目	必修科目 Master Thesis and Research Project III (続き)	<p>(9 Adam Lucas Johns) Master Thesis and Research Project I ~ IIで得られた調査結果やリサーチプロジェクトの実施を受け、文化や創造性に関する修士論文や特定の課題についての研究成果（リサーチプロジェクトレポート）にまとめていく。修士論文の場合には、特に文化ビジネスの分析に重きを置き、なるべく学会での発表を促す。リサーチプロジェクトであっても、しっかりとした質的調査を指導し、例えばファッション産業のエスノグラフィーというようなレポートへとまとめさせる。</p> <p>(2 Philip Harold Sugai) Master Thesis and Research Project I ~ IIで得られた調査結果やリサーチプロジェクトの実施を受け、特にデジタルの文化に関する分野、eマーケティングや、マーケットリサーチの分野の修士論文や特定の課題についての研究成果（プロジェクトレポート）を作成させる。この分野では、ソーシャルメディアやウェブを利用したプロジェクトも予想され、質的・量的調査を組み合わせた研究成果（修士論文ないしはリサーチプロジェクトレポート）をまとめさせ、修士論文の場合は学会での発表を促す。</p> <p>(4 Timothy J. Craig) 文化や創造性に関する分野で、これまでMaster Thesis and Research Project I ~ IIで行ってきた調査の結果をもとに、修士論文または特定の課題についての研究成果（リサーチプロジェクトレポート）にまとめていく。フィールドワークによる質的調査を念頭に、多くは日本や京都における文化や社会の有り様を盛り込んだケーススタディを中心とした論文やレポートを予定している。</p> <p>(3 Keith Geoffrey Jackson) アジアビジネスの分野や、人的資源管理の分野での修士論文や特定の課題についての研究成果（リサーチプロジェクトレポート）をまとめていく。人的資源管理の分野は、調査対象になった企業の理解と協力なくしては発表をすることがきわめて困難な分野である。そのため研究の独自性は担保しつつも、協力企業と密接に連絡をとり、発表に対しての理解を求める。また、進学希望者には、修士論文を発展させてヨーロッパや中国の研究者との共同研究や比較研究を行うなどの可能性も探らせる。</p> <p>(6 Colin Robert Davis) アジアにおける国際金融や経済の分野で、研究者を志望する学生の修士論文の指導を念頭においており、Master Thesis and Research Project IIが終了した段階では、投稿論文に発展させることができるような修士論文をほぼ完成させることを目指してきた。そこで、Master Thesis and Research Project IIIでは、投稿論文の準備にかかり、学会発表の経験を得るように指導する。また、博士課程への進学のための勉強についても、指導を行う。</p> <p>(8 Yaghoob Khojasteh Ghamari) Master Thesis and Research Project I ~ IIで達成した、日本のものづくりやアジアのサプライチェーンの分野でのプロジェクト活動や研究結果をもとに、修士論文の作成または特定の課題についての研究成果（リサーチプロジェクトレポート）を指導する。オペレーションやイノベーション等の分野では、学内も含め頻りに研究会が行われており、可能であれば、そのような研究会での発表を試みさせる。</p>	