

MBA 入門シリーズ講座

2025年9月20日(土)~12月13日(土)

今出川校地 室町キャンパス 寒梅館

※ オンラインで受講できる講座もあります 詳しくは裏面スケジュールをご参照ください

【お申し込み】 開催日の2日前正午までに右QRよりお申し込みください

【お問い合わせ】 同志社大学大学院ビジネス研究科事務室
Email : ji-dbs@mail.doshisha.ac.jp
TEL : 075-251-4600



MBA入門シリーズ講座 スケジュール

9/20
(土)
13:10
?
14:40



担当教員
菅 裕真

経営戦略の大転換 今後のグローバル経営はいかに変わるか

日々激動するグローバル経済、予測難解な市場と技術競争、そして驚き連続の世界情勢。現在、業種・事業・市場・地域・技術を問わず、全ての企業経営において「経営戦略の大転換」が必須かつ喫緊の課題となっています。本入門講座では、まずMBAで必須とされる経営戦略論の基礎体系とフレームワークをレビューし、引き続き今後のグローバル経営戦略のあり方について受講生全員と教員が一丸となって導入的考察を行います。

10/25
(土)
13:10
?
14:40



担当教員
文 世一

ビジネス経済学 人や企業の行動、市場の動きを知る

ビジネスの実務では、投資や生産・流通の方式、顧客の獲得戦略などさまざまな意思決定(すなわち選択)を行います。経済学は、消費や生産に関する個人や企業による選択行動と、それらの間の相互関係(市場における競争など)を通じて実現する結果について研究します。経済学は、適切な選択を行うためのガイドとなるでしょう。本講義では、経済学における重要な基本原理について、例を用いながら解説します。

14:55
?
16:25



担当教員
藤原 浩一

データサイエンスとビジネス

データドリブンカンパニーという言葉が示すように、データを軸に事業を推進する力は、いまや企業競争力の核心です。製造業の倉庫自動化、金融の不正検知、医療診断など成果は各分野で拡大しており、データサイエンスの視点の欠如は競争劣位を自ら選ぶことに等しいと言えます。本講座では、統計理論や機械学習・強化学習が企業の中核能力となるプロセスを、ビジネスモデルの視点と最新事例から分かりやすく解説します。

11/9
(日)
13:30
?
15:00
※オンライン可



担当教員
森 良弘

イノベーションのマネジメント 破壊的イノベーションを起こすには

イノベーションは、優れた技術力だけでは実現できません。変化の兆しをつかみ、既存の成功体験を乗り越えるためには、顧客の“片づけたい用事”に気づくジョブ理論や、予測不能な状況下での意思決定を導くエフェクチュエーションなど、複数の視座が必要です。本セミナーでは、製造業出身の教員が豊富な実例を交え、企業内で実践可能なイノベーションの捉え方と組織への落とし込み方法をわかりやすく解説します。

15:15
?
16:25



担当教員
山下 貴子

企業のマーケティング活動と消費者行動

キャリアの次のステップに必要なのは「マーケティング思考」です。本講座は、ビジネスパーソンがMBAコースにおけるマーケティングの基礎を習得できる入門編です。STP(セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング)や4P(製品・価格・流通・プロモーション)といった代表的なマーケティングフレームワークを取り上げ、実践事例を交えながら、戦略的に考える力を磨きます。

12/7
(日)
13:30
?
15:00



担当教員
児玉 俊洋

中小企業経営 経営理念と事業ドメイン

中小企業経営を学ぶ入口として、「経営理念」と「事業ドメイン」を取り上げます。「経営理念」では、利益を追求しながらも、正しい価値観に基づき使命を果たし社会に貢献する姿勢の重要性を考えます。「事業ドメイン」は経営理念の大枠の下で事業戦略の出発点となる概念であり、中小企業の具体例を交えつつ、この枠組みを活用した新規事業立案の手がかりを紹介します。

15:15
?
16:25
※オンライン可



担当教員
野瀬 義明

ビジネスファイナンス 会社四季報の読み方

企業の健全性や将来性を見極めるには、財務諸表を正しく読み解き、株価の妥当性を判断する力が不可欠です。本セミナーでは、会社四季報のデータを活用し、財務指標(ROA・ROEなど)や株価指標(PER・PBRなど)を用いた企業評価の基本を分かりやすく解説します。実際の上場企業を題材に、参加者自らが分析に挑戦する演習も盛り込み、知識を即戦力に変える実践的な内容です。投資判断だけでなく、取引先や競合他社の見極めにも活かれます。

12/13
(土)
14:55
?
16:25



担当教員
高広 伯彦

ファンダメンタル BtoB マーケティング BtoB取引のマーケティングの基礎

B2Bマーケティングの基礎を、理論と実践の往復で再構築。派生需要、組織購買の構造、関係性マーケティングといった特有の概念を体系的に学び、実務直結のミニ課題で手を動かしながら体得します。Service-Dominant Logicなど最新理論も取り入れ、自社の戦略を見直すヒントを多数提供。B2Bマーケティングに関わるすべての実務家に、思考と実践のアップグレードをお約束します。