単科

# SBI大学院大学

## 2027年度 春学期

# MBA単科コース

## ― 募集要項 ―

# SBI大学院大学 概要

| | |
|---|---|
| 大学名称 | : SBI大学院大学 |
| 学長 | : 蟹瀬 誠一 |
| 研究科・専攻 | : 経営管理研究科 アントレプレナー専攻 |
| 大学の形態 | : 専門職大学院（通信教育） |
| 修了後の学位 | : 経営管理修士（専門職） |
| 入学定員 | : 本科生 年間120名（春期・秋期の各60名募集） |
| 最低修業年限 | : 2年 |
| 修了要件 | : 34単位以上の単位取得 |
| 設置者 | : 学校法人SBI大学 |

住所 : 〒106-6021 東京都港区六本木1-6-1 泉ガーデンタワー21階
電話 : 03-6229-1175
FAX : 03-6685-6100
E-mail : sbiu-contact@sbi-u.ac.jp

## MBA単科コースとは

MBA本科コースの科目を1科目から選んで学べるコースです。スキルアップはもちろん、MBAの授業を実際に体験しながらMBA本科コースへの出願を検討するのにご活用ください。
eラーニングによるインタラクティブな授業展開に加え、ラーニングスタッフ（LS）が受講生のスムーズな学習をサポートいたします。

## MBA単科コースの主な特徴

・実践的な経営の勉強をしたいが、本大学院で2年間履修する余裕が無いという方に最適です。
・「経営力をつけたい」「親の会社を引き継ぎたい」など、厳しい環境下にある経営者のニーズを捉え、ご自身に必要と思われる科目を選択して履修が可能です。
・MBA本科コースと同じ講義を受講でき、教員、学生同士、SBIグループとの交流を通じた、ビジネスシナジーを図ることが可能です。
・履修後には単位を取得できます。正科生としてMBA本科コースに入学した場合には、取得済みの単位は、受講済科目として認定し、また受講料の一部が免除されます。
・申込人数によっては受講をお断りする場合がございます。予めご了承ください。

# MBA単科コース募集定員／入学資格

## ■募集定員

若干名（定員は科目ごとに異なります。）

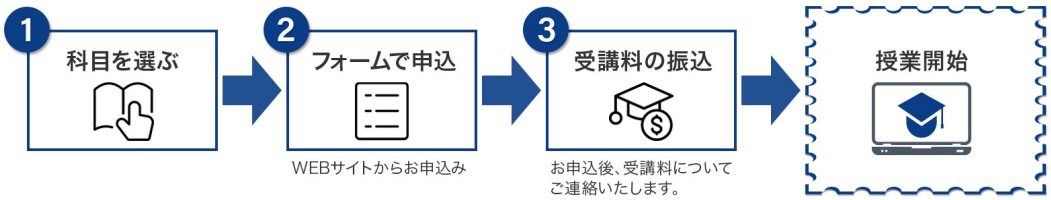
## ■入学資格

要件Aおよび要件Bをともに満たしている者

| | |
|---|---|
| 要件A<br>(1)・(2) いずれかに該当する者 | (1) 4年制大学卒業<br>1. 大学を卒業した者<br><br>(2) (1)と同等の学力があると認められる<br>2. 大学改革支援・学位授与機構により学士の学位を授与された者<br>3. 外国において、学校教育における16年の課程を修了した者<br>4. 外国の学校が行う通信教育を我が国において履修することにより当該国の16年の課程を修了した者<br>5. 我が国において、外国の大学相当として指定した外国の学校の課程（文部科学大臣指定外国大学日本校）を修了した者<br>6. 外国の大学等において、修業年限が3年以上の課程を修了することにより、学士の学位に相当する学位を授与された者<br>7. 文部科学大臣が指定する専修学校の専門課程または専攻科を修了した者（文部科学大臣指定専修学校専門課程一覧 参照）<br>8. 旧制学校等を修了した者<br>9. 防衛大学校、海上保安大学校、気象大学校など、各省大学校を修了した者<br>10.本学において個別の入学資格審査により認めた22歳以上の者<br>i. 4年制大学を卒業したことの証明書が提出できない方で、日本の大学院を修了している場合<br>ii. その他（学歴が大学卒業未満の者等） |
| 要件B<br>(1)・(2) いずれかに該当する者 | (1) 社会人として就業経験が3年以上ある<br>(2) (1)と同等の経験があると入学審査にて認められる |

※ 要件A 1〜9／要件B（1）に該当しない方は「入学資格審査票」への記入が必要となります。
※ 講義は日本語で行われるため、日本語を母国語としない場合には日本語能力試験N1程度が目安となります。

## ■受講までの流れ




（1）本学Webサイト上の「MBA単科コースのお申込み」ページからお申込みください。申込みフォームで、受講を希望する科目を選択いただきます。（開講科目一覧をご参照ください。）

（2）お申込み完了後、受講までの手続き（学費のお支払いや卒業証明書等の提出書類）に関するご案内メールをお送りしますので、ご確認のうえ、期限までにお手続きください。

（3）受講開始の約3週間前に、受講に必要な情報を記載した資料等をご案内します。受講開始までに、学期スケジュールやeラーニングシステムの操作方法等をご確認ください。

# 申込手続き

## ■日程

| | 前期・通期科目 | 後期科目 |
|---|---|---|
| 申込締切 | 2027年3月10日(水) | 2027年5月10日(月) |
| 開講日 | 2027年4月14日(水) | 2027年6月9日(水) |

## ■学費

登録料2万円 ＋ 1単位の科目の授業料：8万円
2単位の科目の授業料：16万円

※登録料は、他コースを含め、新規受講時のみ適用されます。

## ■入学資格の確認・入学資格審査について

入学資格要件（P.3参照）のうち、要件A 1〜9に該当しない方および要件B(1)に該当しない方は、申込時に入学資格審査が必要となります。入学資格審査票は、該当する方のみ申込画面から遷移しますので、ご提出をお願いいたします。
審査には、1週間程度お時間を頂戴しますのでご了承ください。

## ■申込方法

本学 Webサイト「MBA単科コースのお申込み」よりお申込みください。下のQRコードからもアクセスできます。
入学試験はございませんが、入学資格要件（P.3参照）を満たしていない方は、「入学資格審査票」をご提出ください。
»『SBI大学院大学Webサイト』→『 MBA単科コース』→『MBA単科コースのお申込み』
https://www.sbi-u.ac.jp/form/apply_t

## ■学費の振込

お申込後に学費のご案内メールをお送りいたします。ご案内メール受信後、以下の指定口座にお振込みください。

【個人でのお申込みの場合】
お申込み月の翌月15日払い。申込締切月にお申込みいただいた場合は当月15日払いとなります。

【法人でのお申込みの場合】
各月 1日〜15日 までのお申込みは、申込月の翌月末のお支払いとなります。
各月16日〜末日までのお申込みは、申込月の翌々月末 にお支払いとなります。
ただし、申込締切日の前月16日以降にお申込みいただいた場合は、上記にかかわらず申込締切日の属する月の月末にお支払いとなります。

・振込手数料はご負担願います。
・海外から送金される際は事前に大学事務局までお問い合わせください。
・振込み人名義は必ず出願者名にしてください。
・大学事務局管理のため、振込み人名義の前に、「102」と入力してください。
・振込票の控えはお手元に保管してください。
・領収書の発行を希望される場合には、事務局（admission@mba.sbi-u.ac.jp)までご連絡ください。

銀行名　：ドコモSMTBネット銀行（0038）
支店名　：法人第一支店（106）
科目　　：普通預金
口座番号：1002143
口座名義：学校法人SBI大学
フリガナ：ガク）エスビーアイダイガク

# 申込手続き

【領収書の発行】
発行をご希望の場合は発行方法（PDFまたは郵送）及び以下該当の情報をご連絡ください。

・PDFの場合：宛名
・郵送の場合：宛名、郵送先住所

※インターネットバンキングでお振込みの場合は、「振込明細」等の画面印刷
　またはキャプチャ（スクリーンショット）を保存してください。
※ご入金後、やむを得ずキャンセルを希望される場合は、受講開始日前日までの受付に限り、登録料および
　授業料を返金いたします。なお、返金に伴う振込手数料は受講者の負担となります。受講開始日以降は、
　いかなる理由においても登録料・授業料の返金はいたしかねますので、あらかじめご了承ください。

## ■必要書類・受講前手続き

お申込後にお手続きの詳細に関するご案内メールをお送りいたします。
(1)～(5)については専用フォーム（Microsoft Forms）、(6)についてはメールでのご提出が必要となります。

（1）個人情報の取扱いに関する同意書
（2）誓約書
（3）秘密保持誓約書
（4）SBI大学院グループウェアのご利用に伴う個人情報の取り扱いについて
（5）eラーニングでの受講に必要な基本的なパソコンスキルに関する誓約
（6）大学の卒業証明書等、入学資格要件の確認に必要な書類

# 科目一覧

| 科目区分 | 授業科目の名称 | レベル | 単位数 | 担当教員 |
|---|---|---|---|---|
| 戦略・マーケティング | 経営戦略論 | コア | 2 | 細沼藹芳 |
| | マーケティング（佐々木）※1 | コア | 2 | 佐々木一人 |
| | マーケティング（徐）※1 | コア | 2 | 徐恩之 |
| | 事業戦略構築論（熊沢）－独立起業コース－※2 | コア | 2 | 熊沢拓 |
| | 事業戦略構築論（松木）－社内起業コース－※2 | コア | 2 | 松木知徳 |
| | マーケティング実践（ブランディング） | 応用 | 2 | 刈谷裕子 |
| | サステナビリティ・マネジメント | 応用 | 1 | 松原恭司郎 |
| | MBAのためのケーススタディー | 発展 | 1 | 野間口隆郎 |
| | 孫子に学ぶ経営戦略 | 発展 | 1 | 横山成人 |
| 組織・人的資源 | 組織行動学（重田）※3 | コア | 1 | 重田孝夫 |
| | 組織行動学（宮迫）※3 | コア | 1 | 宮迫純 |
| | Organizational Behavior（宮迫） | コア | 1 | 宮迫純 |
| | 経営組織論概説 | コア | 1 | 松木知徳 |
| | リーダーシップ特論Ⅳ（史記にみるリーダー像） | 発展 | 1 | 竹内良雄 |
| 金融・財務 | マクロ経済学 | コア | 2 | 髙島修 |
| | ファイナンス（宮内）※4 | コア | 2 | 宮内惇至 |
| | ファイナンス（山岸）※4 | コア | 2 | 山岸洋一 |
| | 財務会計（三光寺）※5 | コア | 1 | 三光寺由実子 |
| | 財務会計（柴崎）※5 | コア | 1 | 柴崎健 |
| | 管理会計（小林）※6 | コア | 1 | 小林英幸 |
| | 管理会計（柴崎）※6 | コア | 1 | 柴崎健 |
| | 経済政策の理論と実際 | コア | 1 | 福田淳一 |
| | 金融インフラと情報技術～次世代・デジタル金融の展望 | 応用 | 1 | 中山靖司 |
| | 資金調達実践 | 発展 | 1 | 太齋利幸 |
| 経営数理・問題解決 | 統計学 | コア | 1 | 沖吉真実 |
| | オペレーションズ・マネジメント（小林）※7 | コア | 2 | 小林英幸 |
| | オペレーションズ・マネジメント（野間口）※7 | コア | 2 | 野間口隆郎 |
| | ロジカルシンキング | コア | 1 | 太齋利幸 |
| | 生成AIビジネス利活用概論 | コア | 1 | 重田孝夫・佐々木一人・沖吉真実 |
| | 問題解決技法 | 応用 | 2 | 太齋利幸 |
| | データサイエンス | 応用 | 1 | 沖吉真実 |
| | ブロックチェーン技術の社会実装（基礎技術編） | 応用 | 1 | 藤本守 |
| | ブロックチェーン技術の社会実装（応用編） | 応用 | 1 | 藤本守 |
| | ビジネス・ミクロ経済学 | 発展 | 1 | 石川秀樹 |
| 企業倫理・経営思想 | コーポレート・ガバナンス | コア | 2 | 上田亮子 |
| | 企業経営と会社法 | コア | 2 | 盧暁斐 |
| | 経営哲学 | 応用 | 1 | 十名直喜 |
| | 経営理念を活かす創造経営 | 発展 | 1 | 井手芳美 |
| グローバル・ビジネス | 世界経済と政策対応 | コア | 1 | 山﨑達雄 |
| | グローバル経営戦略 | コア | 1 | 吉田宣也 |
| | 地政学：激動する世界を読み解く | コア | 1 | 蟹瀬誠一 |
| | 中国企業論 | 応用 | 1 | 細沼藹芳 |
| | グローバル経営戦略Ⅱ | 応用 | 1 | 黒田美礼 |
| | グローバル・ビジネスコミュニケーション | 発展 | 2 | マイケル・サンダークリフ |
| | グローバル・ビジネスライティング | 発展 | 2 | マイケル・サンダークリフ |

※1・※2・※3・※4・ ※5・※6・※7 の科目は、それぞれ同一科目のため、いずれか一方しか受講できません。

※1（マーケティング）・※3（組織行動学）・※5（財務会計）・※6（管理会計）の科目は、履修人数に大幅な偏りが発生した場合、選択されたクラス（教員）と異なるクラスに振り分けられる可能性がありますのでご了承ください。

# 2027年春学期スケジュール

| | 春学期　前期開講科目 | | | | | | | | 春学期　後期開講科目 | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 4月 | | | | 5月 | | | 月 | 6月 | | | 7月 | | | | |
| | 15日 | 21日 | 28日 | | 12日 | 19日 | 26日 | 日 | 9日 | 16日 | 23日 | 30日 | 7日 | 14日 | 21日 | |
| | 1章 | 2章 | 3章 | 4章 | 5章 | 6章 | 7章 | 章 | 1章 | 2章 | 3章 | 4章 | 5章 | 6章 | 7章 | |
| 松原恭司郎 | サステナビリティ・マネジメント | | | | | | | | MBAのためのケーススタディー | | | | | | | 野間口隆郎 |
| 重田孝夫 | 組織行動学（重田） | | | | | | | | 孫子に学ぶ経営戦略 | | | | | | | 横山成人 |
| 宮迫純 | 組織行動学（宮迫） | | | | | | | | 管理会計（小林） | | | | | | | 小林英幸 |
| 宮迫純 | Organizational Behavior（宮迫） | | | | | | | | 管理会計（柴崎） | | | | | | | 柴崎健 |
| 松木知徳 | 経営組織論概説 | | | | | | | | 経済政策の理論と実際 | | | | | | | 福田淳一 |
| 竹内良雄 | リーダーシップ特論Ⅳ（史記にみるリーダー像） | | | | | | | | 資金調達実践 | | | | | | | 太齋利幸 |
| 三光寺由実子 | 財務会計（三光寺） | | | | | | | | 生成AIビジネス利活用概論 | | | | | | | 重田孝夫・佐々木一人・沖吉真実 |
| 柴崎健 | 財務会計（柴崎） | | | | | | | | データサイエンス | | | | | | | 沖吉真実 |
| 中山靖司 | 金融インフラと情報技術～次世代・デジタル金融の展望 | | | | | | | | ブロックチェーン技術の社会実装（応用編） | | | | | | | 藤本守 |
| 沖吉真実 | 統計学 | | | | | | | | 経営哲学 | | | | | | | 十名直喜 |
| 太齋利幸 | ロジカルシンキング | | | | | | | | 経営理念を活かす創造経営 | | | | | | | 井手芳美 |
| 藤本守 | ブロックチェーン技術の社会実装（基礎技術編） | | | | | | | | 中国企業論 | | | | | | | 細沼藹芳 |
| 石川秀樹 | ビジネス・ミクロ経済学 | | | | | | | | グローバル経営戦略Ⅱ | | | | | | | 黒田美礼 |
| 山﨑達雄 | 世界経済と政策対応 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 吉田宣也 | グローバル経営戦略 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 蟹瀬誠一 | 地政学：激動する世界を読み解く | | | | | | | | | | | | | | | |
| 細沼藹芳 | 経営戦略論 | | | | | | | | | | | | | | | 細沼藹芳 |
| 佐々木一人 | マーケティング（佐々木） | | | | | | | | | | | | | | | 佐々木一人 |
| 徐恩之 | マーケティング（徐） | | | | | | | | | | | | | | | 徐恩之 |
| 熊沢拓 | 事業戦略構築論（熊沢）－独立起業コース－ | | | | | | | | | | | | | | | 熊沢拓 |
| 松木知徳 | 事業戦略構築論（松木）－社内起業コース－ | | | | | | | | | | | | | | | 松木知徳 |
| 刈谷裕子 | マーケティング実践（ブランディング） | | | | | | | | | | | | | | | 刈谷裕子 |
| 髙島修 | マクロ経済学 | | | | | | | | | | | | | | | 髙島修 |
| 宮内惇至 | ファイナンス（宮内） | | | | | | | | | | | | | | | 宮内惇至 |
| 山岸洋一 | ファイナンス（山岸） | | | | | | | | | | | | | | | 山岸洋一 |
| 小林英幸 | オペレーションズ・マネジメント（小林） | | | | | | | | | | | | | | | 小林英幸 |
| 野間口隆郎 | オペレーションズ・マネジメント（野間口） | | | | | | | | | | | | | | | 野間口隆郎 |
| 太齋利幸 | 問題解決技法 | | | | | | | | | | | | | | | 太齋利幸 |
| 上田亮子 | コーポレート・ガバナンス | | | | | | | | | | | | | | | 上田亮子 |
| 盧暁斐 | 企業経営と会社法 | | | | | | | | | | | | | | | 盧暁斐 |
| ﾏｲｹﾙ･ｻﾝﾀﾞｰｸﾘﾌ | グローバル・ビジネスコミュニケーション | | | | | | | | | | | | | | | ﾏｲｹﾙ･ｻﾝﾀﾞｰｸﾘﾌ |
| ﾏｲｹﾙ･ｻﾝﾀﾞｰｸﾘﾌ | グローバル・ビジネスライティング | | | | | | | | | | | | | | | ﾏｲｹﾙ･ｻﾝﾀﾞｰｸﾘﾌ |
| | 1章 | 2章 | 3章 | 4章 | 5章 | 6章 | 7章 | 8章 | 9章 | 10章 | 11章 | 12章 | 13章 | 14章 | 15章 | |
| | 14日 | 21日 | 28日 | | 12日 | 19日 | 26日 | 2日 | 9日 | 16日 | 23日 | 30日 | 7日 | 14日 | 21日 | |
| | 4月 | | | | 5月 | | | 6月 | | | | 7月 | | | | |
| | 春学期　通期開講科目春学期 | | | | | | | | | | | | | | | |

# 前期科目

## サステナビリティ・マネジメント

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 戦略・マーケティング | 応用 | 1 |



松原 恭司郎
客員教授

＜授業概要＞

気候変動やジェンダー平等が市民の関心事となり、機関投資家を始めとする資金提供者によるESG（環境・社会・ガバナンス）評価のウエイトが高まっています。2030年を達成期限とする国連のSDGs（持続可能な開発目標）について表層的な理解や誤解がある中で、肝心の環境はプラネタリーバウンダリー（地球の限界）を超えつつあり、カラフルなホイールバッジや17のアイコンから一歩踏み込んで考える時期に来ています。本授業では、サステナビリティ（持続可能性）、サステナブル・ディベロプメント（持続可能な開発）、SDGsの本質を理解し、サステナビリティ・マネジメントの全容を学修します。

## 組織行動学（重田）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 組織・人的資源 | コア | 1 |



重田 孝夫
教授

＜授業概要＞

組織行動（Organizational Behavior, OB）とは、組織の中での人々の行動を指します。組織の行動ではありません。人間は、社会的動物ですので、人間社会の中で行動します。集団の中で、コミュニケーションし、よりよい社会を築き、幸福な生活を営むことを目指します。組織行動学が対象とするのは、仕事の組織です。組織は、一人ではできないことを成し遂げることを可能とします。組織に貢献し、社会の発展に寄与することで、働く意義が高まります。個人としての幸福度が高まると、その組織の生産性も向上するという研究結果もあります。授業では、それらの基本となる理論やコンセプトを考察します。

## 組織行動学（宮迫）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 組織・人的資源 | コア | 1 |



宮迫 純
教授

＜授業概要＞

組織行動（Organizational Behavior, OB）とは、組織の中での人々の行動を指します。組織行動学が対象とするのは、仕事の組織です。誰もがキャリアの中で、任務、目標、プロジェクトの達成のために他の人々に頼り、頼られ、またリードする必要があります。経営管理の人間的側面をより理解することによって、他のコースで学んでいるスキルをより一層活かせる様になります。この授業では、個人、対人関係、集団の3つのレベルでOBに焦点を当てます。性格・人格、意思決定、動機付け、対人関係、影響力・説得力、チーム効果などのテーマについて考察していきます。

## Organizational Behavior（宮迫）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 組織・人的資源 | コア | 1 |



宮迫 純
教授

＜授業概要＞

Organizational Behavior (OB) refers to the behavior of people within an organization. The field of OB mainly focuses on work organizations. Throughout your career, you will rely on others, be relied upon, and take on leadership roles to accomplish tasks, goals, and projects.

By gaining a deeper understanding of the human aspects of management, you will be able to make better use of the skills you are learning in other courses.

This course focuses on OB at three levels: individual, interpersonal, and group. Topics covered include personality, decision-making, motivation, interpersonal relationships, influence and persuasion, and team effectiveness.

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# 前期科目

## 経営組織論概説

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 組織・人的資源 | コア | 1 |



**松木 知徳**
准教授

＜授業概要＞

組織の基本的な理論や仕組みを解説したうえで、企業による戦略や組織の在り方について理解するとともに、環境変化を捉え、組織変革の検討に必要な観点を理解し、組織に対する視座を高める。

## リーダーシップ特論IV（史記にみるリーダー像）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 組織・人的資源 | 発展 | 1 |



**竹内 良雄**
客員教授

＜授業概要＞

『史記』は約2千年以上も前の中国の歴史書である。その『史記』から、項羽と劉邦という天下を争う二人の人物を中心に、そのまわりに集まった人物も含めて、そのリーダー像を見ていきたい。約2千年前の人物たちではあるが、すぐに古さを感じさせない存在であることがわかり、現代のリーダーに通ずる多くのものを持っていることもわかる。授業では、直情型の項羽、ヤクザ的な劉邦および他の人物が戦いの中で、リーダーとしてどのようなパフォーマンスを見せるかを述べていきたい。

## 財務会計（三光寺）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 金融・財務 | コア | 1 |



**三光寺 由実子**
准教授

＜授業概要＞

財務会計とは、企業の経済活動の実態を、貨幣金額で描写し、外部に公表した財務諸表が、どのような構造で作られているのか、また、その構造の背景にあるルールがいかなるものかを学ぶ、会計の主たる一領域です。財務会計を学ぶことにより、企業が公表する情報源泉から、その収益性、リスクの程度、成長性などを他社と比較しつつ分析する基盤を築くことが出来ます。本講義では、実際に、企業の財務諸表をどのように読み解き、意思決定へ結びつけるのかといった発展的分析や、国内およびグルーバル経営の中での会計へとつながるための、基礎を習得します。

## 財務会計（柴崎）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 金融・財務 | コア | 1 |



**柴崎 健**
教授

＜授業概要＞

財務会計は企業経営、ファイナンスや投資分析に必須の技術です。本授業では、会計の基礎的な知識を学びながら、企業が企業活動をどのように開示、公表しているかを見ることで、経営の意図を考えるための基礎を習得します。また、不正会計の事例を学ぶことで、正しい企業価値評価とは何かを考えます。

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# 前期科目

## 金融インフラと情報技術～次世代・デジタル金融の展望

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 金融・財務 | 応用 | 1 |



**中山 靖司**
客員教授

＜授業概要＞

WEB3等へ対応した全く新しいサービスが次々と生まれる昨今、伝統的な金融機関も変化することが求められており、金融のデジタル化、次世代金融サービスへの対応は否応なしに進んでいます。「金融インフラと情報技術」は、金融と情報技術の関りに焦点を当てつつ、金融機関、中央銀行、金融ネットワーク、決済インフラ等を概観するとともに、金融のDX化や次世代金融サービスについても扱う基礎科目です。金融インフラの現状及びそれを支える情報技術についての理解を深め、これからの金融サービスのあるべき姿を論じるうえで必要な知識を身につけます。本科目を学修したうえで、一般的な金融関係諸科目を履修すると、金融DX人材候補となりうるほか、金融機関の経営判断にも役立ちます。

## 統計学

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 経営数理・問題解決 | コア | 1 |



**沖吉 真実**
講師

＜授業概要＞

現在、私たちは多くの情報に囲まれて生活しています。情報化社会において、あふれる情報の中から、価値あるデータを見つけ出し、そのデータを活用するスキルはますます重要となってきます。データを活用する能力を身に着けることは、ビジネスやキャリアの成功につながります。
近年はＡＩの発達により比較的簡単にデータ分析を行うことが可能となってきましたが、必要最低限の正しいデータの取扱いや分析方法を知らなければ、正しい判断を行うことはできません。統計学は情報を読み解く力を養う第一歩であり、データに基づき問題解決や意思決定、未来の予測に役立つ重要な科目となります。本講義では、理系文系を問わず、様々な職種・業種で求められる「情報リテラシー」を身につけ、「情報を正確に解釈し、有効に活用する力」を養うことを目指します。

## ロジカルシンキング

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 経営数理・問題解決 | コア | 1 |



**太齋 利幸**
教授

＜授業概要＞

ロジカルシンキングの代表的な思考法としてのゼロベース思考、フレームワーク思考、オプション思考、プロセス思考などの考え方を習熟する。また、MECEについて触れ、ツールとしてのロジックツリーやマトリックス手法、マーケティング手法、演繹法や帰納法といった基本的な考え方など体系的な技術の習得を行う。さらには、クリエイティブシンキング、クリティカルシンキングにも触れる。講義全体を通して、適度に事例研究を出題して実際に考えていただく機会を多く準備する。

## ブロックチェーン技術の社会実装（基礎技術編）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 経営数理・問題解決 | 応用 | 1 |



**藤本 守**
客員教授

＜授業概要＞

ブロックチェーンは金融サービス領域のみならず、産業分野においても大きな変化をもたらす可能性を持った技術です。ただ、暗号資産やNFTにより注目を集めた技術であることから、それに伴うイメージはポジティブなものネガティブなもの様々で、ブロックチェーンの特徴が正しく理解されていないもしくは一面的な理解に基づく誤った論調も見受けられます。ブロックチェーンには複数の種類があり、ユースケース毎にどのチェーンを利用するのが良いか、技術的な特徴を踏まえて選択することが必要です。本科目では、ブロックチェーンの社会実装にあたり理解しておくべきブロックチェーンの技術的な特徴および、ブロックチェーンを利用する際に留意すべき基本的な事項を解説します。

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# 前期科目

## ビジネス・ミクロ経済学

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 経営数理・問題解決 | 発展 | 1 |



石川 秀樹
客員教授

＜授業概要＞

ビジネスでの活用を念頭に、はじめにビジネスケースにおける課題を提示し、その課題解決のための有効な枠組みとしてミクロ経済学の思考法および理論を紹介する。誤った費用（コスト）分析が誤った判断を引き起こすケースや価格・出店戦略についてのケースなどを扱いながら、ミクロ経済学の理論そのままではビジネスに適用困難な場合には、どのような現実的対策が可能であるかを考える。なお、数式は多用せず、言葉とグラフによる論理展開によって、文系出身のビジネスマンにも理解できる内容とする。

## 世界経済と政策対応

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| グローバル・ビジネス | コア | 1 |



山﨑 達雄
教授

＜授業概要＞

この講義では、初回に世界経済の見方、グローバルガバナンスの現状、コロナウイルスとロシアのウクライナ侵攻、イランでの戦闘による経済ショック、生産性を伸ばす政策、中長期的にみた地政学リスク、そして足元の内外経済情勢などを概観。第2回以降、97年のアジア通貨危機、2008 年のリーマンショック、2010 年の欧州債務危機という3つの異なる形態の危機の原因、政策対応、その結果として築かれた新しい金融規制をはじめとするグローバルガバナンスを研究します。さらに中国の国家システム、人民元の覇権などについて概観したうえで、少子高齢化、生産性の低迷、所得格差の拡大、政府債務の増加など世界の共通課題について紐解き、財政政策、金融政策でいかに対応していくべきかを考察します。

## グローバル経営戦略

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| グローバル・ビジネス | コア | 1 |



吉田 宣也
教授

＜授業概要＞

「世界のフラット化」が言われて久しい。同時にグローバル対応の必要性が叫ばれ、海外企業の日本進出、日本企業の海外展開の事例（成功例、失敗例）にも事欠かない。このような状況のなか、本講座では、バズワードとして時に濫用される「グローバル経営」という言葉を客観的に見つめ直し、その定義と変遷の歴史を学ぶとともに、昨今の時代背景と事業環境に照らして、事例とともに整理分類を試み、それらの意義と価値について考察を加える。

## 地政学：激動する世界を読み解く

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| グローバル・ビジネス | コア | 1 |



蟹瀬 誠一
学長・教授

＜授業概要＞

世界は多くのリスクを抱えながら21世紀の歩みを続けている。ビジネス界もマネーだけでなくパワーの世界、いわゆる地政学ならびに経済を武器に使う地経学リスクを理解しなければ生き残れない「野蛮の時代」に突入した。とりわけ、コロナ禍で始まったウクライナ戦争は世界秩序を揺るがす戦後最大の歴史的大惨事だ。地域紛争が本物の戦争に拡大し、その結末に拘わらず世界の経済から企業経営にまで深刻な影響を与えている。対立が深まる米中関係やテクノロジーの急成長もビジネスに大きな影を落としている。
本講では国際秩序が崩壊した国際情勢の先行きを展望するとともに、「VUCA」と呼ばれる予測不能な状況に企業経営者はどう立ち向かえばよいかも考える。

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# 通期科目

## 経営戦略論

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 戦略・マーケティング | コア | 2 |



**細沼 藹芳**
教授

＜授業概要＞

企業経営を取り巻く環境は急速に変化している。このような環境の中で、企業経営を成功に導くためには、環境変化に適合し、事業の方向性を見極め、経営資源を有効に活用し、競合企業も意識しながら、戦略的に経営を行わなければならない。経営戦略を行うための基礎的な理論の習得しながら、関連事例などを用いて、経営課題を実践的に解決する能力を養うことが狙いである。本講義は、二部によって構成される。第一部は、「企業理念の確立」から「戦略の実行」までの戦略策定プロセスに沿って基礎理論を学修していく。第二部は、グローバル戦略の基礎理論と実践的知識を中心に学んでいく。

## マーケティング（佐々木）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 戦略・マーケティング | コア | 2 |



**佐々木 一人**
教授

＜授業概要＞

今日、マーケティングは、顧客・市場・社会への価値創造活動として進化し続けています。ピーター・ドラッカーは著書『マネジメント』で、「企業の目的は顧客の創造である。したがって、企業は二つの、そして二つだけの機能を有し、それがマーケティングとイノベーションである。」と述べています。企業が人で成り立ち、人がその機能を達成して行く企業活動において、マーケティングはすべてのビジネスパーソンにとっての基本要件であると言えます。本講義は、進化し続けるマーケティングの本質的意義について考えながら、実務で使える戦略志向のマーケティングに関して体系的に学びます。

## マーケティング（徐）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 戦略・マーケティング | コア | 2 |



**徐 恩之**
客員准教授

＜授業概要＞

社会や市場環境の変化に伴い、マーケティングは、顧客・市場・社会に対して価値を創造し、提供するための活動として、継続的に発展してきました。マーケティングとは、顧客や市場のニーズを的確に把握し、価値ある製品・サービスや解決策を通じて、企業と顧客・社会との望ましい関係を構築していくための考え方および実践活動です。企業活動は、多様な役割を担う人々によって支えられているため、ビジネスパーソンが市場および顧客の価値を適切に理解し、課題に応じた解決策を構想・実行していくうえで、マーケティングの視点は不可欠です。
本講義では、マーケティングを初めて体系的に学ぶ受講者にも配慮し、基本概念、主要理論および代表的な分析枠組みを段階的に学びます。そのうえで、顧客志向・戦略志向のマーケティングを、実務においてどのように活用できるかを重視します。具体的には、産業財マーケティング、国際マーケティング、消費者行動、マーケティング組織・管理など、マーケティングに関する主要なテーマを幅広く取り上げます。また、本講義では、理論の理解にとどまらず、受講者自身が所属する業界、企業、組織、担当業務、あるいは関心を持つ市場を対象として、実践的なマーケティング分析を行う機会を設けます。レポート課題や授業内でのディスカッションを通じて、市場環境分析、顧客・競合分析、セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング、顧客価値の検討などの基本的なマーケティング・ツールを用いながら、現実の課題を整理し、分析する訓練を行います。さらに、企業顧客と最終消費者といった顧客類型の違いにも着目し、それぞれに求められるマーケティング活動について、実務上の課題や具体的な事例を通じて考察します。受講者は、基礎理論と現実の市場・企業活動との間に存在するギャップを自ら発見し、その背景や要因を体系的に分析したうえで、実行可能な改善策・解決策を構想します。こうした学修を通じて、マーケティングの基礎知識を身につけると同時に、自らが関わる事業や顧客の課題を顧客志向かつ戦略的に捉え、論理的に提案する力を養うことを目指します。

## 事業戦略構築論（熊沢）－独立起業コース

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 戦略・マーケティング | コア | 2 |



**熊沢 拓**
講師

＜授業概要＞

この授業で学んだことをベースに、2年次の「事業計画演習」で実際に各自の事業の企画を考え、事業計画書にまとめることになります。自分で独立起業を考えている人が対象になります。デザイン思考の手法とリーンスタートアップの考え方を組み合わせることで、起業アイデアや新規事業のアイデアを持っていない人でも、起業アイデアを体系的に生み出すことができる考え方と手法を身につけることを目的としています。

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# 通期科目

## 事業戦略構築論（松木）ー社内起業コース

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 戦略・マーケティング | コア | 2 |



**松木 知徳**
准教授

＜授業概要＞

企業内での新規事業開発のプロセスおよび検討手法を学び、2年次の「事業計画演習」において事業計画書を作成するためのベースとなる知識および自事業のテーマ検討のヒントを得る。

## マーケティング実践（ブランディング）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 戦略・マーケティング | 応用 | 2 |



**刈谷 裕子**
講師

＜授業概要＞

マーケティングとブランディングの概念の講義から始まり、自分で具体的なマーケティングプランを企画策定する実践までを学びます。近年のマーケティングの概要とブランディングの役割を講義と教科書で学修したのち、マーケティングと深く関係性のあるブランディングとコミュニケーションの各論をケース（実在事例）にそって演習し、後半では課題(各々が仕上げたいモチーフのマーケティングとブランディング)に取り組み、ブランディング構築(ブランドの羅針盤制作)からマーケティングプランとコミュニケーションプラン(SPアイデア＋プロモーション案)を実際に策定しながら、幅広い分野で通用する戦略と戦術作成スキルを身につけていきます。

## マクロ経済学

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 金融・財務 | コア | 2 |



**髙島 修**
教授

＜授業概要＞

実務経験（市場業務経験）の長い教員から、マクロ経済学の基本を学びながら、実践的な活用ができるようになることを目指す。そのためには、歴史観を養い、現在の世界経済、日本経済が直面する現状を少しでも正しく把握できるようになることが必要であろう。そこから未来を見通す視座が得られるようになれば、なお良しである。同時に、為替相場や金利、株式相場などマーケット動向を的確に捉える能力も養い、企業の財務戦略や投資運用に貢献できるようになることも目指す。なお、本講座では理念よりも実践を重視するが、重要な基礎知識はおさらいするので、受講に当り、高い経済学の事前知識は不要である。

## ファイナンス（宮内）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 金融・財務 | コア | 2 |



**宮内 惇至**
教授

＜授業概要＞

ファイナンスの初学者を対象として、事業投資の意志決定、企業価値の評価と最大化、最適な負債と株主資本との組み合わせ、などについての基本的な考え方と分析手法を学びます。理論的な厳密さよりも実務上の有用性の観点から、基本的な概念の本質的な意味を理解したうえで使いこなすことに重点を置きます。なお、実践的なファイナンス手法の感覚を養うためにエクセルを用いて数値例を計算することがあります。

## ファイナンス（山岸）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 金融・財務 | コア | 2 |



**山岸 洋一**
教授

＜授業概要＞

ファイナンスの初学者を対象として、企業価値評価とそれを支える諸々の理論を中心に学ぶことにより、ファイナンスの諸理論の体系的な理解を目指します。また、ベーシックなファイナンス理論を学んだうえで、スタートアップのファイナンスの特徴を学びます。授業に際しては、ファイナンスの実践的な知識の修得に重きをおき、実務を行う段階で知っていないと困る「幹」となる理論を先に説明し、「幹」を支える理論はその後に解説します。常に「今学んでいるのは全体のどこに位置しているか」を示しながら解説します。また、確実な理解を促すため、数値例を多く示し、また、当該数値例をエクセルで計算することがあります。会計、法律、東証規則（コーポレートガバナンス・コード等）など周辺の知識が必要となる場合に、これらを適宜補足しながら学んでいきます。

# 通期科目

## オペレーションズ・マネジメント（小林）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 経営数理・問題解決 | コア | 2 |



小林 英幸
教授

＜授業概要＞

オペレーションズ・マネジメント（OPM）は、定常業務（オペレーション）を機能別、部門別ではなく、それらを超えたつながりや連携の観点でマネジメントする手法であり、理論の体系です。歴史的には生産現場のオペレーションの管理に始まり、サプライチェーン・マネジメントやカスタマーリレーションシップ・マネジメントなどの領域で発展し、近年ではナレッジ・マネジメントの領域でも研究が進んできました。
OPMには、経営学的なアプローチと経営工学的なアプローチがあります。前者では、OPMを組織全体の戦略的目標と統合される重要な機能と見なし、仕組みや成功事例を体系化して論じます。その中で、組織の価値創造にどのように貢献するかが重要な議論になります。後者では、科学的な手法と技術を用いて組織の効率性と生産性を向上させることを志向します。そのために、個々の課題を検証して解決することを目指すというアプローチを採ります。
「オペレーションズ・マネジメント（小林）」は、主として経営工学的なアプローチで授業を進めます。企業活動とは、顧客にと って望ましい製品・サービスを創造し、それを顧客にとって望ましい価格で提供することによって利益を得る活動であると考えます。本授業では、上記を実現するための主要な業務及びその連鎖に注目し、それらのマネジメントの理論的背景やそれらが優良企業ではどのように行われているか、そこに至るまでにどのような変遷を経たかも交えて概観します。

## オペレーションズ・マネジメント（野間口）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 経営数理・問題解決 | コア | 2 |



野間口 隆郎
客員教授

＜授業概要＞

オペレーションズ・マネジメント（OPM）は、定常業務（オペレーション）を機能別、部門別ではなく、それらを超えたつながりや連携の観点でマネジメントする手法であり、理論の体系です。歴史的には生産現場のオペレーションの管理に始まり、サプライチェーン・マネジメントやカスタマーリレーションシップ・マネジメントなどの領域で発展し、近年ではナレッジ・マネジメントの領域でも研究が進んできました。
OPMには、経営学的なアプローチと経営工学的なアプローチがあります。前者では、OPMを組織全体の戦略的目標と統合される重要な機能と見なし、仕組みや成功事例を体系化して論じます。その中で、組織の価値創造にどのように貢献するかが重要な議論になります。後者では、科学的な手法と技術を用いて組織の効率性と生産性を向上させることを志向します。そのために、個々の課題を検証して解決することを目指すというアプローチを採ります。
「オペレーションズ・マネジメント（野間口）」は、主として経営学的なアプローチで授業を進めます。とりわけ、IT の戦略的な活用により革新的なビジネスモデルを構築するような業務改革（オペレーション改革）について理解します。一方で、オペレーションは生モノである人や組織がおこなうため、その側面からの視点も欠かせません。そのような改革を立案したうえで、実行し、その成果を評価し、次のアクションにつなげることがOPMであると捉え、実際の業務課題に直面したときに適切な解決策を導き出すために、幅広い領域の業務改革についてみていきます。講義中は「オペレーションズ・マネジメント」の日本語訳である「オペレーションマネジメント」として表記していますが、両者は同じ意味になります。

## 問題解決技法

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 経営数理・問題解決 | 応用 | 2 |



太齋 利幸
教授

＜授業概要＞

問題解決技法は、会社経営だけでなく人生の様々な場面で必ず必要となる技術であることを理解した上で、最初に「問題とは何か」に対する正しい理解力を築き、その上で何故その問題が起こったのか原因分析を行う。また、優先順位付けの思考にも言及する。それら講義の後に、事例研究にて習熟度を高める配慮をする。特に、テクニックだけでなく、考える力の養成にも重点を置く。

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# 通期科目

## コーポレート・ガバナンス

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 企業倫理・経営思想 | コア | 2 |



**上田 亮子**
教授

＜授業概要＞

本講義では、コーポレート・ガバナンスについて学びます。
企業経営においては、経営者は、出資者（株式会社においては株主）、従業員や取引先等のステークホルダー等の利益をバランスよく配慮しながら、会社の中長期の持続的価値を向上させるよう努めることが期待されます。特に、上場会社においては、株主価値の向上を目指すことが求められます。
本講義では、コーポレート・ガバナンスの意義、コーポレートガバナンス・コードおよびスチュワードシップ・コードの内容、コーポレート・ガバナンスの課題、機関投資家の役割等について、海外事例を紹介しながら学修します。

## 企業経営と会社法

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 企業倫理・経営思想 | コア | 2 |



**盧 暁斐**
教授

＜授業概要＞

近時、粉飾決算等の企業不祥事が後を絶ちません。その重要な原因は、会社のコーポレートガバナンスの不備にあるとよく指摘されています。そうした不祥事を未然に防止する為に、経営者にはコンプライアンス意識を持つのみならず、企業全体のコーポレートガバナンスシステムの構築も要請されています。そこで、本講義では、企業経営にとって最も重要な法律の一つである会社法をメインに解説することとします。
会社法は会社を取り巻くステークホルダー間の利害関係を調整し、健全な企業活動を可能にすることを目的とする法律です。本講義では、主として起業・設立、コーポレートガバナンス、コーポレートファイナンス、M&A等を含む会社法規制の基本を解釈した上で、実務上関心のあるテーマを抽出し、その関連判例を分析します。
また、現行会社法とその動向を踏まえ、法のあるべき姿を考えると同時に、戦略法務的観点から企業としてどう行動すべきかという「ビジネス・プランニング」的な検討をも行います。

## グローバル・ビジネスコミュニケーション

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| グローバル・ビジネス | 発展 | 2 |



**マイケル・サンダークリフ**
講師

＜授業概要＞

グローバル・ビジネスコミュニケーション講座では、異文化環境でのビジネスにおける最適なコミュニケーションの方法を身につける。北米、欧州、豪州、アセアン諸国とビジネスを行ってきた弊社の知見を踏まえて、異文化/多文化間のビジネスでの成功に必須のマインドセットとスキルを養成できるように、明確な方法論と豊富なケースを組み込んだプログラムとなっている。どの文化においても力を発揮できる「Universal Communicator」となるために、Step 1 「他文化と自文化理解」、Step 2 「交渉に役立つコミュニケーション技法」、Step 3 「相手を説得するプレゼン技法」の 3 Step で段階を踏んでスキルを養成することができる。

## グローバル・ビジネスライティング

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| グローバル・ビジネス | 発展 | 2 |



**マイケル・サンダークリフ**
講師

＜授業概要＞

グローバル・ビジネスライティング講座では、グローバルビジネスで必要とされる英語ライティング力を養成する。本講座では、まず効果的なライティングの土台となるクリティカル・シンキングの基礎を学び、英語での情報・図表分析から資料・提案書作成ができる力まで、実際のビジネスケースを使いながら養成する。特に、情報を提示する Informative Writing と 相手を説得する Persuasive Writing の2つの書き方を学ぶ。その上で「客観的データ提示＋相手への説得」という二つの要素を組み合わせ、効果的な英語提案書の作成法を習得する。また、Informative Writing と Persuasive Writing で学んだ内容を活用して、後半の実践演習では多数のケース分析を行い、実際に提案書を作成する。Executive Summary、Problem Statement、Proposed Solution、Qualifications という実際の提案書の流れに沿って、各自ドラフトを作成することで、実践的な知識とスキルを身につける。

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# 後期科目

## MBAのためのケーススタディー

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 戦略・マーケティング | 発展 | 1 |



**野間口 隆郎**
客員教授

＜授業概要＞

世界のグローバルスタンダードなMBAはケースメソッドによる学修によって、その実践的な知的スキルを磨いてはじめてMBAとしての自己の価値の証明ができます。現実のビジネスで直面する課題は、ストラテジー、マーケティング、組織、オペレーション、ファイナンスの理論的な分野別に区分されていることはありません。それらを総合的に使いこなして解決策を導きだします。そのための知的スキルをケースメソッドによる学修で磨いていきます。それは学修というよりは訓練に近いと言えるでしょう。

## 孫子に学ぶ経営戦略

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 戦略・マーケティング | 発展 | 1 |



**横山 成人**
講師

＜授業概要＞

世界最古で最高の戦略書と評される「孫子の兵法」は、これまで多くの歴史上の偉人が学び活かしてきました。現代においても、軍事専門家だけでなく、経営者をはじめ多くの人が学び、仕事に、経営に、人生に活かしています。「孫子」には、大きく分けて「現行孫子」と「竹簡孫子」の２種類が存在しますが、この授業では、1972年に発見され、著書の孫武の思想が色濃く残っている「竹簡孫子」を取り扱います。
進め方としましては、「孫子の兵法」が目指す勝利の形や戦い方といった大枠を理解してから、戦略・戦術における哲学テーマを顕らかにし、各篇の内容である細部を掘り下げていきます。歴史上の戦争・政治や松下幸之助などの哲人経営者、スポーツ等を事例として紹介します。最終的には、全体像や各篇のつながりを理解し、物事を長期的・多角的・本質的に捉える東洋的な視点で戦略を考えられる能力を身につけることができるようになります。

## 管理会計（小林）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 金融・財務 | コア | 1 |



**小林 英幸**
教授

＜授業概要＞

この授業では、管理会計が企業の内部に提供する情報と、企業で働く人々に与える影響に着眼して、管理会計システムの設計や、その運用のあるべき姿を考えていきます。
管理会計の元々の目的は、会計データを初めとして、企業の経営に役立つデータを、企業の内部に提供することです。つまり「情報システム」としての役割です。企業の現場に存在するのは会計データだけでは勿論ありません。仕事の質を高めるための仕組みや、働く人たちの心理・感情というものも、企業の経営に影響を及ぼすものです。
この授業では、会計データを中心とした情報システムとしての役割と、それらが企業で働く人々に与える影響、すなわち「影響システム」としての役割に着眼して進めていきます。影響システムとしては特に、人は測定されることによって行動を変えるものだという点に注目して、その理由や適切な対処方法などを掘り下げていくことにします。

## 管理会計（柴崎）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 金融・財務 | コア | 1 |



**柴崎 健**
教授

＜授業概要＞

この授業では、管理会計が企業の内部に提供する情報と、企業で働く人々に与える影響に着眼して、管理会計システムの設計や、その運用のあるべき姿を考えていきます。
管理会計の元々の目的は、会計データを初めとして、企業の経営に役立つデータを、企業の内部に提供することです。つまり「情報システム」としての役割です。企業の現場に存在するのは会計データだけでは勿論ありません。仕事の質を高めるための仕組みや、働く人たちの心理・感情というものも、企業の経営に影響を及ぼすものです。
この授業では、会計データを中心とした情報システムとしての役割と、それらが企業で働く人々に与える影響、すなわち「影響システム」としての役割に着眼して進めていきます。影響システムとしては特に、人は測定されることによって行動を変えるものだという点に注目して、その理由や適切な対処方法などを掘り下げていくことにします。
なお、本講座は、対面授業はありません。

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# 後期科目

## 経済政策の理論と実際

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 金融・財務 | コア | 1 |



**福田 淳一**
客員教授

＜授業概要＞

経済政策の理論と実際を学ぶ。まず、マクロ経済の見方を学修し、何が重要かを考察する。次に、財政政策、金融政策をはじめとする各般の経済政策について、その基本的な考え方を学び、それぞれの効果等を考察する。

## 資金調達実践

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 金融・財務 | 発展 | 1 |



**太齋 利幸**
教授

＜授業概要＞

資金繰りとはどういうことか？また、必要性は？など資金繰りの基本的な知識を学び、それに必要な資金繰りと経営分析の関係について数値的な感覚を養う。次に、資金調達の方法として内部調達、外部調達に分けて具体的な調達方法を学ぶ中で、特に、金融機関からの借入と公的融資制度を重点に置き、助成金の活用やクラウドファンディングにも触れる。

## 生成AIビジネス利活用概論

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 経営数理・問題解決 | コア | 1 |



**重田 孝夫**
教授

＜授業概要＞

今日、生成AIのビジネスシーンでの利活用は、顧客・市場・社会への価値創造活動として必須要件になっています。一方で、今後の事業経営の成否を決定しかねない重要な鍵であるにもかかわらず、日々進化を遂げる生成AIにどのように向き合い、認識し、どうように利活用を図って事業活動を推進して行くべきかについては、まだまだ手探り状況にあるのも事実です。本講義は、進化し続ける生成AIのビジネスシーンでの利活用にフォーカスし、生成AIがもたらす変化や動向を踏まえながら、ビジネス利活用における本質的意義は何か。また、ユニコーン企業、ゼブラ企業、ガゼル企業等、それぞれの企業体において、アントレプレナー・イントレプレナーとして身につけておくべき基本要件である生成AIの実務における利活用能力に関して、「役立つ、使う・使える」をキーワードに、その習得を目指します。

## データサイエンス

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 経営数理・問題解決 | 応用 | 1 |



**沖吉 真実**
講師

＜授業概要＞

本講義では、Pythonを利用したデータ解析手法を学び、あらゆるビジネスシーンでデータを活用する力を養います。本講義ではChat GPTを利用して、プログラミングへ応用することで、プログラミングを苦手とする方でもより簡単にデータを扱うことができることを目的としています。データ解析の一連の流れ（手順）を理解し、実際にPythonを実装させ、Try and Error を繰り返すことで、実践的なスキルの向上を目指します。

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# 後期科目

## ブロックチェーン技術の社会実装（応用編）

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| 経営数理・問題解決 | 応用 | 1 |



**藤本 守**
客員教授

＜授業概要＞

ブロックチェーン技術は金融サービス領域のみならず、産業分野においても大きな変化をもたらす可能性を持った技術です。これまでは暗号資産への応用が最も進展し社会的にも認知されていますが、それ以外の様々な分野への応用が進んでいます。ブロックチェーンブームに乗って多くのプロジェクトが生まれた一方で、社会実装の手前で足踏みをしている事例、社会実装まで進んだものの継続出来なかった事例も多く見られます。それは暗号資産の分野においても同様です。
ブロックチェーン技術の社会実装は発展途上であり、これが正解というセオリーがあるわけではありません。本講義ではブロックチェーン技術の社会実装はどのように進められているのか、応用分野ごとに事例を用いながら解説します。
なお、本講義ではブロックチェーン技術に関する専門用語等が多く出て来ますので「ブロックチェーン技術の社会実装（基礎技術編）」を受講されていることが望ましいです。

## 中国企業論

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| グローバル・ビジネス | 応用 | 1 |



**細沼 藹芳**
教授

＜授業概要＞

路遥知馬力、日久見人心（道が遠いほど馬の力が分かり、日時が経つほど人の心が見える）」という古い諺が中国にはあります。中国人はビジネスに際し、他人に対しては敵対的、友人に対しては寛容であり、信頼できる相手であるかどうかを慎重に見極めようとします。中国ビジネス成功の鍵は、中国社会でうまくネットワークを築くことであると言われています。本講義は、中国ビジネスに関心のある授業生あるいは将来中国でビジネスを行いたい授業生を対象にしています。中国企業の全体像や特徴を知り、中国のパートナーと理解し合いながらネットワークを築くために中国企業の特徴を詳しく講義します。本授業はまず、中国地域、消費市場の特徴などについて講義します。次に、国有企業、民間企業、新興企業、マネジメントの特徴などについて講義します。最後に、中国企業の実態についてケーススタディを行います。

## グローバル経営戦略II

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
|---|---|---|
| グローバル・ビジネス | 応用 | 1 |



**黒田 美礼**
講師

＜授業概要＞

企業は、グローバル戦略において、グローバル拡張を積極的に目指す外向きの力と国内や域内といった狭い地域での活動を重視する内向きの力である相反する２つの力の間での緊張関係を管理する必要があります。今やグローバル化の進展に伴い、戦略的な機会や挑戦はもはや国内だけに分離している訳ではなく、その一方で、ローカルな市場機会や、グローバルな競争を行う上での有利・不利要因など、国によって重要な違いが依然として存在しています。国内外のグローバル企業はどのようにその緊張関係を克服してきたのか、1970-80年代にグローバル市場でいち早く基盤を固めた代表的な国内外の多国籍企業から、近年の製造業、サービス業などでのケースに学び、吉田先生の「グローバル経営戦略I」で学修したグローバル経営の基礎的知識体系をケーススタディにより実践的な理解に昇華させます。
なお、本講座はどのような戦略的アプローチをとることがグローバルビジネスでの成否に繋がるかを検証することに焦点を当てているため、海外オペレーション上のベストプラクティスあるいはモデリングなどの海外進出のためのHOW TOについては対象外としています。

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# 後期科目

## 経営哲学

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
| --- | --- | --- |
| 企業倫理・経営思想 | 応用 | 1 |



**十名 直喜**
客員教授

＜授業概要＞

日本企業にみる国際的プレゼンスの低下傾向は、顕著なものがあります。経営と技術の閉塞を打破するイノベーションでは後塵を拝し、品質不祥事や過労死なども後を絶ちません。メイド・イン・ジャパンは高品質・高信頼性ブランドとみなされ、日本企業の代名詞となってきました。それを根底から揺り動かしているのが、日本の大企業に相次ぐ品質不祥事であり、過労死やブラック企業などの労働不祥事です。
経営とは何か、品質とは何か、働くとは何かが、根底から問われています。経営とは、人間が目的に向かって協働して行う営みであり、目的達成の技術と理念の総体とみることができます。その経営概念を一番有効に使ったのが企業ですが、その偏向と逸脱が種々の問題を引き起こしています。
日本的経営の根幹をなした品質と働き方の「好循環」とは何であったのか、なぜどのように「悪循環」に転じたのか。国際的劣位が目立つ「学び直しの意欲と活動」を反転させる方策は何か。技術と文化のイノベーションを促す経営・働き方とは何か。再生に向けて、日本資本主義の精神、経営・仕事の本質と原点に立ち返り、今日的な位置と意味を捉え直すことが求められています。
その重要な手がかりとなり、導きの糸となるのが、経営哲学です。経営哲学は、経営を「哲学」する、すなわち根源的に問い論理的に捉え直すことであり、そこで得られた仮説的命題の理論的体系です。
経営哲学は、限りなく深いものがありますが、その本義は、経営の意味やあり方を現実に立脚しつつ根底から探求することにあります。そのような視点からみると、経営哲学は、①経営者論、②経営（者）哲学、③経営理念の3層構造として捉えることができます。②経営（者）哲学は、①経営者論/③経営理念とも深く関わり、橋渡し的な役割も担っており、「狭義の経営哲学」とみることができます。一方、3層のダイナミックかつシステム的な関係に注目するのが「広義の経営哲学」です。
本講座は、（広義＆狭義の）経営哲学の視点から、日本資本主義の原点に立ち返り、日本経営の本質と歴史をグローバルに捉え直します。さらに、品質と働き方、生き方の視点をふまえ、経営のあり方と未来を展望します。

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# 後期科目

## 経営理念を活かす創造経営

| 科目区分 | レベル | 単位数 |
| --- | --- | --- |
| 企業倫理・経営思想 | 発展 | 1 |



**井手 芳美**
講師

＜授業概要＞

企業・個人を取り巻く環境が大きく変化する中で、改めて、企業のあり方、個人のあり方の本質が問われています。
こうした変化の中で企業は、企業理念や存在意義まで立ち戻り、持続的企業価値の向上に向け、人材戦略を変化させる必要性が求められています。
企業の目的とは何か。それは、企業における特有のミッションを果たし社会へ貢献することであると考えます。経営理念は、経営の核心の明文化に他ならなりません。
経営理念とは、「会社の存在意義、目的、価値観、事業遂行の方向性、行動基準を示すもの」です。いわば経営の土台をなすものです。つまり、「会社としてあるべき姿を明らかにし、明文化等を通して社会や人々に働き生きる知恵と指針を指し示す羅針盤」であり、「立ち返るべき原点」である、と定義することができます。
経営理念は、大きな障害や経営危機に遭遇した時に、原点に立ち返る羅針盤となりますが、それだけではありません。むしろ、日々仕事に向き合う座標軸となり、反省と啓蒙を促す哲学として活かすことが大切です。それによって、人的資源の質や求心力を高め、企業のイノベーションや発展を促す触媒となり孵化器にもなるでしょう。
経営資源において最大の潜在能力を持つのは人です。経営理念は、組織の中で多様な文化や価値観を有した人材を最大限活かす価値共有の土台となるものです。
まさに、経営理念を軸に、多様な人材を活かし、地域社会と共存を図りつつ、創意的な経営戦略や人材戦略を図ること、それが、創造経営といえるでしょう。これは、国内の経営にとどまらず、グローバル展開する企業の経営においても示唆を与えてくれるものと信じてやみません。
一方で、働きがいを感じる社員の割合は、世界平均が66％の中で、日本は56％であり、これは先進国の中で、最下位であります。なぜ、このような結果となっているのでしょうか。様々な要因はありますが、１つは、自らの働きが何に役立ち、何のために働いているかが見えない、すなわち、自己実現、自己成長が見出せないことにあると考えます。経営者は、人材一人ひとりと向き合い、最大限にその人材の持つ能力を活かしてきたのでしょうか。
人間らしい働き方、人を生かす経営のあり方が、根底から問われています。
本講義は、経営理念の意義を考えつつ、経営理念を明文化、具現化してきた歴史上の経営者のあり方、考え方（哲学）にフォーカスします。また、人材戦略のアプローチから経営者は、どのような姿勢（哲学）で社員一人ひとりと、どのように向き合うべきかを考察します。考察する上では、コミュニケーションやコーチングの視点も折り込みます。
自らが、あるべき経営の視点から創造的に経営を考えることで、生き方や働き方を問い直すきっかけとなり、内省が深まる授業を目指します。

※2026年秋学期シラバスに基づいて作成しているため、記載内容に変更が生じる可能性があります。

# システム要件

## ■ハードウェア要件

・CPU：4コア2.5Ghz以上
・メモリ：16GB以上を推奨
・ハードディスク：

**【WindowsPCの場合】**

・Teamsアプリのインストール時：3GB の使用可能なディスク領域が必要です。
・Microsoft365のインストール時：4GB の使用可能なディスク領域が必要です。

**【Mac PCの場合】**

・Teamsアプリのインストール時：1.5 GB の使用可能なディスク領域が必要です。
・Microsoft365のインストール時：10 GB の使用可能なディスク領域が必要です。

## ■ソフトウェア要件

**【WindowsPCの場合】**

・OS：Windows11［ 64ビット版 ］
・Webブラウザ：Microsoft Edge、Google Chrome
・その他：Adobe Acrobat Reader（最新版）

**【MAC PCの場合】**

・OS：macOS v26.4 Tahoe、macOS v15.7 Sequoia、macOS v14.3.1 Sonoma、macOS v13.5.1 Ventura
・Webブラウザ：Safari、Google Chrome
・その他：Adobe Acrobat Reader（最新版）

※Chrome OS（Chromebook）には対応しておりません。

## ■モバイル端末でのご受講

・OS：iOS 26、18、iPadOS 26.2、18、Android 16、15、14、13
・Webブラウザ：
iOSをご利用の場合：Safari
Androidをご利用の場合：Google Chrome（標準搭載）

※iPad mini及びiPadProは動作保証対象外です。

## ■ネットワーク要件

・下り:2Mbps以上のインターネット接続
・上り:256kbps以上のインターネット接続
※スマートフォンの場合はLTE/4G以上、WiFi環境を推奨

**【Web会議システムで授業に参加される場合】**

・下り:1.8Mbps以上のインターネット接続
・上り:2.6Mbps以上のインターネット接続

# システム要件

## ■USBカメラ、ヘッドセット要件

**【Web会議システムで授業に参加される場合】**

・USB2.0WebカメラまたはPC内蔵のWebカメラ
・ヘッドセットまたはヘッドフォン・イヤフォン及びマイク
※ 上記パソコンのハードウェア、ソフトウェア要件に適合するもの

## ■その他

・大学院アカウントへのログイン時には二要素認証が必要です。ご自身のスマートフォン等に「Microsoft Authenticator」アプリをインストールし、アカウント登録を行っていただく必要があります。
・大学事務局との連絡の為、メールを送受信できる環境が必要です。
・レポート課題等への対応のためMicrosoft Excel、Microsoft Word、Microsoft PowerPointが必要です。
（在学中に限り、大学から提供されたライセンスでご利用いただけます。）

2026年9月現在（変更となる場合もございます。）

■注意事項
・ブラウザのJavaScript、Cookie、SSL(TLS)の設定が有効である必要があります。
・セキュリティソフトウェアまたは、アンチウイルスソフトウェアのセキュリティ機能によって当サービスの機能が正しく利用出来ない場合があります。
・海外でご利用の場合は、国毎のネットワーク通信やインフラ事情により受講ができない場合がございます。事前にご確認のうえご利用ください。
・本サービスは、Web通信が可能な環境でご利用になれますが、社内LANのファイヤーウォールやプロキシーサーバーなどにより通信制限されている場合は、本学コンテンツを正常にご受講いただけない場合がございます。この場合は、本サービスで利用しているプラットフォーム（学習管理システムサーバーおよび映像配信サーバー）についてホワイトリストに追加するなど、ネットワーク管理者様とご調整いただく必要があります。

試聴試験用の動画をSBI大学院大学Webサイトにて公開しております。
» 試聴試験用の動画

QRコードは(株)デンソーウェーブの登録商標です。

# Memo

## お問い合わせ

**SBI大学院大学事務局　平日9:00〜18:00**

〒106-6021
東京都港区六本木1-6-1 泉ガーデンタワー21階
電話 : 03-6229-1175　　FAX : 03-6685-6100
Email ：sbiu-contact@sbi-u.ac.jp

» SBI大学院大学WEBサイト
https://www.sbi-u.ac.jp/

SBI Graduate School