

スタート時のサポートプログラム

入学前は「どのような学びが得られるのか」という期待と同時に、「授業についていけるだろうか」という不安も同居しているでしょう。そのような不安を解消し、実りある2年間にするために、サポートプログラムを設置しています。

》 MBA 準備講座

1年次の必修科目受講に向けて必要最低限の基礎知識を確認し、足並みを揃えることを目的として、希望者に対して数学・統計・会計の3講座(ビデオ学習)を予定しています。

MBAの各科目では定量分析が求められることが少なくありません。それには数学表現の理解が欠かせません。高校1年から数学から遠ざかっている方や数学アレルギーの方にもわかりやすい講座になっています。



》 英語能力アップ講座

英語は、現代のビジネスシーンにおいて不可欠なツールです。会社の公用語が英語という日本企業も増えてきました。在校生向けに設置しているTOEIC対策/ビジネス英会話講座を入学前に受講することができます。

》 フレッシュマンキャンプ

本格的に授業が開講する前に、1泊2日の合宿方式でオリエンテーションを実施しています。内容は主に、ビジネスゲーム、懇親会、カリキュラムの説明の3つです。まず、ビジネスゲームで会社経営を体験し、自分自身の学ぶべき点を再確認します。次に懇親会では、学生間、先輩、教員との交流を通じて絆を深めるとともに、その会話から2年間の生活をイメージすることができます。最後に、カリキュラムの説明を受けて、それぞれの学習計画を立てていきます。



カリキュラム (2019年度)

必修科目	経営戦略基礎	ファイナンス基礎	マーケティング基礎		
	アカウンティング基礎	オペレーションズ・マネジメント基礎	企業倫理とコンプライアンス		
	企業経営の経済学	統計分析Ⅰ	組織行動		
基本科目	マクロ経済学	制度環境と企業経営	企業システム論		
	経営史	異文化マネジメント	リスク・マネジメント		
	エシックスとビジネス	マクロ経済データ分析	統計分析Ⅱ		
	オペレーションズ・リサーチ	プレゼンテーション・スキル	ビジネス・フィロソフィー		
	コーポレート・ガバナンス	ビジネス・ゲーム基礎	文化と宗教から見るビジネスエシックス		
	グローバル・コミュニケーション(基礎)	グローバル・コミュニケーション(上級)	ビジネスへの演劇アプローチ		
専門科目	ストラテジー&オーガニゼーション				
	グローバル・マネジメント	ゲーム理論とマネジメント	計量経済学とマネジメント	競争戦略	企業戦略
	イノベーション・マネジメント	新事業とベンチャー	アントレプレナーシップ	キャリアとリーダーシップ	ソーシャル・ネットワークと組織のダイナミクス
	ソーシャル・アントレプレナー	人材マネジメント	上級マネジメントA	上級マネジメントB	マネジメント演習Ⅰ
	マネジメント演習Ⅱ				
	マーケティング				
	消費者購買行動	マーケティング・リサーチ	ブランド戦略	価格戦略	ファッション・リテイリング
	マーケティング・コミュニケーション	CRM戦略	マーケティング意思決定モデル	マーケティング・ストラテジー・ゲーム	地域活性化のマーケティング
	地域活性化のプランニング	地方創生実践論 神山プロジェクト	アドバンスト・マーケティング	セールス・マーケティング	サービス・マーケティング
	マーケティング戦略	農業マーケティング	マーケティング(上級)	マーケティング演習Ⅰ	マーケティング演習Ⅱ
	ファイナンス&アカウンティング				
	コーポレート・ファイナンス	国際ファイナンス	インベストメント	証券市場分析	デリバティブ
	証券投資の理論	ファイナンシャル・レポーティング	コーポレート・コミュニケーション	企業合併・買収	企業財務戦略
	企業の資金調達	財務会計	管理会計	タックス・プランニング	国際会計
	会計情報と株式市場	企業法務入門	企業価値評価	財務諸表論	応用財務諸表論
	FAST	金融資本市場概論	ROEマネジメント	ファイナンス(上級)	ファイナンス会計演習Ⅰ
	ファイナンス会計演習Ⅱ				
	オペレーションズ&情報システムズ				
	ITマネジメント	ITソリューション	ITと経営戦略	サプライチェーン・マネジメント	サプライチェーン・モデリング
	オペレーションズ・マネジメント	インターネット・ビジネス	デジタル・マーケティング	ビジネスデータ分析	グローバルIT
	プロジェクト・マネジメント	オペレーションズ・情報システム(上級)	オペレーションズ・情報システム演習Ⅰ	オペレーションズ・情報システム演習Ⅱ	オペレーション・情報システム特別講座
	共通専門科目	統計的分析論Ⅰ	統計的分析論Ⅱ	リサーチ・メソッド	
		ヘルスケア・マネジメント	医療経済学	海外研修セミナー	
		インターンシップ	海外教員招聘講座		
	他研究科科目	倒産法(1)	消費者法	環境法(1)	
		労働法(1)	知的財産法(1)	企業法Ⅰ(会社法)	
		企業法Ⅱ(会社法)	会社法	社会調査論Ⅰ	
社会調査論Ⅱ		社会調査法Ⅰ	社会調査法Ⅱ		
社会統計学		キリスト教教学	金融と法(1)		
金融と法(2)		※その他多数	【ABSでは他研究科科目も選択できます。】		
青山アクション・ラーニング	マネジメント・ゲーム	アドバンスト・コーポレート・コミュニケーション	企業分析とファンド・マネジメント・シミュレーション		
	インターネット・ビジネス・プロジェクトⅠ	インターネット・ビジネス・プロジェクトⅡ	ビジネス・プランニング		
	マーケティング・プランニング・プロジェクト	ファイナンス&テクノロジー	プロジェクト・レポート		

科目紹介(2019年度 抜粋)

必修科目

経営戦略基礎

経営戦略論のなかでも競争戦略について解説し、外部環境分析、経営資源分析、基本戦略などの戦略立案のための技法を身につける。講義と事例研究に基づくケース・ディスカッションを交えながら、個々の製品事業の責任者である事業部長の視点から、競争戦略についての理解を深めてもらう。

マーケティング基礎

マーケティングは、企業の成長を司る重要な機能である。この科目の目的は、マーケティングの基礎的な理論や概念を体系的に理解することである。さらに、それらの理論や概念を使って、マーケティング問題を解決する技能を養成することも目的である。そのために、テキストの内容を事前に理解した上で、授業では主にケースメソッドで学ぶ。また、グループでマーケティング問題に取り組み、分析や提案内容を発表する機会も設定する。

オペレーションズ・マネジメント基礎

オペレーションズ・マネジメントを、企業戦略遂行の3要素(ファンクション、製品・サービス、マーケット)のマネジメントとした上で、多くのオペレーションに共通する典型的な問題点を理解し、それら問題点を解決するにあたっての基本的な考え方と分析手法を身につけることを本科目の目的とする。主に講義とケース・スタディを活用して授業を進める。さらに理解を深める為にミニ・ゲームを数回実施する。

企業経営の経済学

企業経営を考える上で有用なミクロ経済学の基礎について講義する。ミクロ経済学では、消費者行動の結果として導かれる需要と企業行動の結果として導かれる供給、そしてそれらが出会う場である市場の役割と、市場における競争状況に応じた企業の戦略、企業組織内の問題を考察する上で有用な情報の経済学の基礎を学ぶ。講義を中心に基本的な概念や考え方を説明し、適宜関連する内容のケーススタディを紹介する。

組織行動

組織行動論は、組織におけるミクロの側面、つまり組織内の個人や職場の人間関係などを中心にしたもので、仕事の場面で日常遭遇する分野を対象とし、職場における人間行動・人間関係の理解を目的としている。組織の中で働くすべての人にとって、組織行動論は必須の知識である。本講義の具体的な内容は多岐にわたるが、進め方は基本的な理論とその応用としてのケース分析である。

ファイナンス基礎

ファイナンスは、企業の財務的意思決定を扱う分野である。企業の資金調達から投資活動、収益の分配などの企業内外のお金の流れに加え、資本市場や証券評価など多岐に及ぶ。本科目ではファイナンス分野の全体を概観し、主要な概念である時間価値とリスク・リターンを中心に、経営財務、証券投資、資本市場についての基本的な理論を扱う。主なトピックスは、ファイナンスの目的と課題、確実性下の評価、不確実性とリスク、投資の理論、評価の理論、デリバティブ、プロジェクトの評価、資本構成と企業評価などである。

アカウンティング基礎

このクラスは、財務情報を分析するために必要な会計の基礎知識の習得を目的としている。授業では、簿記に関する技術的知識を中心に、会計の基礎理論、財務諸表分析の基礎的な手法、有価証券報告書の読み方、国際会計の動向を含む最新の会計事情など重要な論点について講義を行う。授業は広範な領域を効率よく学ぶことができるようデザインされているので、受講生は毎回の課題に主体的に取組んでいただきたい。

企業倫理とコンプライアンス

現代の企業経営が直面している喫緊で具体的な問題や課題をビジネス・エシックスの視点から分析し提示することにより、受講者が自身の問題として捉え、解決の方向を模索することを目的とする。前半は、講義主題に沿って示される現代の問題状況を踏まえつつ、そこから企業倫理に基づく経営戦略が守りから攻めへと転じうる方向を見定め、企業人としての新しいモラル・センスを培う。後半は、ケース・メソッドを習得し、ディスカッションの上で、ソリューション、ディシジョンを模索し、プレゼンテーションを行う。

統計分析 I

私たちは日常生活やビジネスにおいてさまざまな統計データに触れることが多い。それらのデータを適切に要約し役立つ情報を引き出す記述統計、および、一部のデータから母集団について把握するための推測統計の基礎的な理論を習得し、統計学の見方・考え方を身につけ、意思決定を行うときの助けとしてもらうことを目的としている。



基本科目

エシックスとビジネス

経営やビジネス、また富や金銭の問題について、ユダヤ=キリスト教的伝統(イスラム教も含む)は倫理的に鋭い感覚をもち、その文化圏においてこの問題をめぐる基本的指針を掲げ、人々の思想と生活を指導してきた。しかし、この宗教的伝統の倫理学は実はギリシア=ローマの哲学・倫理学に大きく影響されている。むしろ、それを土台に出来上がっていると言っても過言ではない。本講義ではそうした歴史的背景から始めて現代のビジネス倫理学までの展開を要所を押さえつつ学んでいく。

ビジネス・フィロソフィー

リーダーシップの涵養のためにリベラルアーツを学ぶ必要性が各方面で叫ばれている。本科目は、グローバルに活躍するビジネスリーダーに必要とされる幅広い教養や洞察力を身につけることを目的に、宗教・哲学・思想・自然科学・社会科学等の古典やカレントな著作を読みながら、現代社会が直面する問題点とビジネスリーダーの生き方について考察する。参加者は、クラスでの討論を踏まえて、自分自身のミッション・ステートメント(ビジネスリーダーとしてどのように生きるか)をつくって発表する。

ソーシャル・ネットワークと組織のダイナミズム

ビジネス世界は、複雑に絡み合うフォーマル及びインフォーマルなネットワークにより展開されている。オフラインからオンラインまでが「つながる時代」を迎えた現在、眼に見えない関係性のダイナミクスが、組織のコミュニケーション、集団の意思決定、顧客との共創、経営の効率性に大きな影響を与える。組織論、組織行動論、企業戦略論などとの関連で、マネジメントとソーシャル・ネットワークに関する古典から先端研究まで扱い、ディスカッションや分析を通じ、体系的な知識の習得と実務への応用を考える。



サプライチェーン・マネジメント

総論賛成・各論反対となりがちな複数の組織が関係するサプライチェーン・マネジメントの諸問題を考えるには、戦略的な視点が不可欠となる。インセンティブが必ずしも合致していない組織が一つの供給連鎖の中に組み込まれていることに問題の一因があることを理解した上で、どのような戦略的打ち手が直面する問題を解決するのか、ケースディスカッションとシミュレーションを活用しながら深く考えていただく。理解を深める目的で、関係する理論や原理・原則についての講義も実施する。

ビジネスデータ分析

本科目ではデータ分析の専門家というより、データを利用してビジネス意思決定を行うことを目的とする。具体的には1. 日々のビジネス活動の生産性の向上 2. 数値データに直接触れ合い、肌で現場の動きを知る 3. 勘や経験だけではない、意思決定能力を身につける。

授業はPC教室で実際にマーケティング系のデータ分析を行いながら進行する。具体的には、Excel, SPSS, Rなどのツールを用いて、回帰分析、クラスター分析、主成分分析などを学ぶ。

消費者購買行動

この講義では消費者行動の基礎理論、消費者行動の内的決定要因と消費者行動が与える外部への影響、消費者行動がマーケットに与える影響を取り上げる。後半はケース研究を通じて、消費者行動を理解した上で消費者マーケットを取り上げて考察する。

地方創生実践論—神山プロジェクト

寄附団体：認定特定非営利活動法人 グリーンバレー

地方創生の先行事例といわれる徳島県神山町で、その推進役を果たしているNPO法人グリーンバレーの実践事例を具体的に学び、地域活性化の担い手人材を育成することを目指す科目である。グリーンバレー理事をはじめ、現地で地域活性化に取り組む実践者・専門家をゲストに招く授業内講演形式で、現地からのオンライン中継も含めて授業を行う。

ROEマネジメント

寄附企業：マネックス証券株式会社

実際のさまざまな企業のROEおよび資本政策を具体例として取り上げ、詳細かつ多角的に分析する。ROEを軸として、株主還元策、資本コスト、コーポレート・ガバナンス、エンゲージメント(投資家との対話)、そして「真の企業価値とは何か」などにつき考察する。

地域活性化のマーケティング

地域活性化は日本の新成長戦略のひとつとなっており、従来の商店街のテーマパーク化やB級グルメ開発等でない、地域の本質的・持続的な豊かさへ向けた取組みが求められている。本科目では、マーケティング理論を適用し、地域の特徴や資源に着目し、それを編集し地域の価値とし、それを広く伝達し提供(実現)することを地域活性化と捉える。その視点で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、その実践に役立てることを目標として学習する。

アドバンスト・マーケティング

マーケティングは、企業の成長を司る重要な機能だが、それだけでモノやサービスが売れる時代ではない。顧客のニーズを的確に満たすには、マーケティング部門だけが独自に活動するのではなく、研究開発部門や製造部門などとの統合的な戦略・調整が必要である。したがって、経営者やCMOが深く関与して意思決定が行われなくてはならない。本科目では、プロダクト・マネジャーやブランド・マネジャーが考えるべきイシューではなく、企業ブランドといった経営者やCMOが考えるべきマーケティング・イシューについて議論する。

コーポレート・ファイナンス

企業価値を最大にするためには企業がどのような財務戦略をとるべきかを考察する。そのために、企業価値評価手法の基礎と応用を講義する。具体的には財務諸表分析、割引現在価値法、Market Multiple法、リアルオプションなどを扱う。ファイナンス理論を実務への適用する実践的な能力を涵養するためにケースを利用する。ケースの一例として、クロスボーダーM&A、LBO&MBO、ベンチャー企業への投資における財務戦略などがあげられる。また、行動ファイナンス、FinTechや、InsurTechなどの新しいファイナンスの課題についても議論する。



インベストメント

ポートフォリオ理論、CAPMに始まる現代投資理論は、最近、10年ほどの間に起こった行動ファイナンスに代表される実証研究等の成果によって修正を迫られている。この科目では、米国のMBAで標準的に利用されている教科書を用いて、現代投資理論の現在を概観し、その結果を踏まえた投資技術を学ぶ。

金融資本市場概論

寄附企業：マネックス証券株式会社

日本株式市場を中心に「マーケットとは何か」ということを考察する。最新の学術研究にも触れながら、理論と実践の両面に軸足を置いたバランスの良い分析を通じて、株式市場の合理的な評価・予想を試みる。また、近未来の金融市場がどのような変貌を遂げるかを議論する。

農業マーケティング

寄附団体：一般社団法人 グリーンカラー・プラネット

日本の農業の現状課題を踏まえ、農業の生産から消費までのバリューチェーンごとに、さまざまな異業種を掛け合わせて新たな農業のあり方を追求する、いわゆる「次世代農業」の考え方を紹介するとともに、そのような連携から新しい農業の可能性や展開方法を検討する。

履修モデル

ABSのカリキュラムは、体系的かつ幅広いので、自分自身が将来目指すポジションに合わせて科目を履修することができます。以下は参考例です。その他の履修モデルは、ホームページをご覧ください。

テーマ： 企業戦略とトップ・マネジメント	
目指すポジション： 最高経営責任者、執行役員	
代表的 6科目	企業戦略 グローバル・マネジメント 競争戦略 人材マネジメント ソーシャル・ネットワークと組織のダイナミクス コーポレート・ガバナンス
その他 5科目	マーケティング戦略 ゲーム理論とマネジメント コーポレート・ファイナンス 企業合併・買収 ITと経営戦略

テーマ： グローバル・ビジネス	
目指すポジション： 海外部門担当役員、海外子会社責任者	
代表的 6科目	グローバル・マネジメント 競争戦略 企業戦略 人材マネジメント 異文化マネジメント グローバルIT
その他 5科目	ソーシャル・ネットワークと組織のダイナミクス ゲーム理論とマネジメント 国際ファイナンス エシックスとビジネス リスク・マネジメント

テーマ： マーケティング情報科学	
目指すポジション： マーケティングリサーチマネジャー CRMシステムコンサルタント	
代表的 6科目	マーケティング・リサーチ 消費者購買行動 価格戦略 CRM戦略 マーケティング意思決定モデル ビジネスデータ分析
その他 5科目	マーケティング戦略 サービス・マーケティング ファッション・リテイリング マーケティング・コミュニケーション デジタル・マーケティング

テーマ： コーポレート・ファイナンス	
目指すポジション： CFO	
代表的 6科目	コーポレート・ファイナンス 企業合併・買収 企業財務戦略 企業の資金調達 企業価値評価 財務諸表論
その他 5科目	国際ファイナンス 財務会計 管理会計 タックス・プランニング リスク・マネジメント

テーマ： アセット・マネジメント	
目指すポジション： ポートフォリオ・マネジャー	
代表的 6科目	インベストメント 証券市場分析 証券投資の理論 デリバティブ 金融資本市場概論 証券投資の基礎
その他 5科目	コーポレート・ファイナンス 企業価値評価 国際ファイナンス FAST マクロ経済データ分析

テーマ： コーポレート・コミュニケーション	
目指すポジション： IRオフィサー	
代表的 6科目	コーポレート・ファイナンス 財務諸表論 企業価値評価 エシックスとビジネス ファイナンシャル・レポーティング ブランド戦略
その他 5科目	ビジネス・フィロソフィー 異文化マネジメント 企業財務戦略 リスク・マネジメント プレゼンテーション・スキル

テーマ： ITエンハンストビジネス	
目指すポジション： ネットビジネス・新事業担当、CIO	
代表的 6科目	インターネット・ビジネス・プロジェクトI・II プロジェクト・マネジメント ITソリューション ITと経営戦略 インターネット・ビジネス グローバルIT
その他 5科目	CRM戦略 デジタル・マーケティング 競争戦略 ビジネスデータ分析 新事業とベンチャー

テーマ： 起業	
目指すポジション： ベンチャー企業社長、新規事業担当役員	
代表的 6科目	インターネット・ビジネス 競争戦略 ITソリューション ITと経営戦略 デジタル・マーケティング 新事業とベンチャー
その他 5科目	プロジェクト・マネジメント 企業の資金調達 グローバルIT 企業合併・買収 ビジネスデータ分析

テーマ： 地方創生・地域政策デザイン	
目指すポジション： 地域活性化コーディネーター	
代表的 6科目	地域活性化のマーケティング 地域活性化のプランニング 地方創生実践論—神山プロジェクト 農業マーケティング ブランド戦略 マーケティング・コミュニケーション
その他 5科目	ソーシャル・アントレプレナー ファッション・リテイリング マーケティング戦略 マーケティング・リサーチ 新事業とベンチャー

授業外の学習機会

ABSには、授業以外にもさまざまな学習機会があります。講演会や海外のビジネススクールとの交流など、知的興味を刺激する企画が実施されています。主なものを紹介しましょう。

》 青山MBAフォーラム

企業が直面するさまざまな経営テーマについて、外部の専門家やABSの教授が講演する公開セミナーです。年に数回、定期的で開催されています。

また、キャリア・フォーラムやマーケティング・フォーラムなど、分野に特化したフォーラムも年に数回実施しています。



》 海外MBAとの交流

海外のビジネススクールの学生がABSを訪れた際に、交流会や特別授業を実施しています。ここ数年は、ロシアのモスクワ大学ビジネススクール、タイのチェンマイ大学ビジネススクールが、ABSを訪れています。特別授業内では、ABSの学生と訪問したビジネススクールの学生の混成チームでグループワークを実施しています。

》 学生の自主的な研究活動

MBAクラスでのグループワークを発展させて、学生の自主的な研究活動も盛んです。地域創生につながる地域の現地調査(愛媛県西条市、徳島県神山町など)、青学周辺に立地するいわゆる「青山企業」に関するマーケティング戦略のケース研究、外国人学生による百貨店や商店街のインバウンド対応分析と提案など、様々なテーマ領域で教員の指導サポートも得ながら学外でも学び、地域や社会に向けた貢献に取り組んでいます。

》 豊富なデータベース

大学図書館の所有するデータベースでは新聞記事検索、四季報や雑誌記事が検索できるシステムも充実しており、PDFで個人のPCやスマホ、タブレット端末で自宅でも閲覧することができます。また企業の財務データ、業界データ、マクロデータも利用可能です。

研究科でも独自に、海外の財務データや、商品やサービスのマーケットシェアなど市場動向を調べることができるシステムを取り揃えており、授業の予習、レポートの作成や研究に活用できる豊富な資源があります。

》 英語能力アップ講座

英語の能力を向上させるには、継続的な学習が効果的です。ABSでは、入学時から積極的に英語を勉強できる環境があり、英語学習へのモチベーションを高く維持できます。そして、それを後押しすべく、TOEIC対策講座の設置、年数回のTOEIC受験機会を提供しています。

