

カリキュラム (2023年度)

必修科目	ビジネス倫理	組織行動とリーダーシップ	経営戦略		
	ファイナンス	マーケティング	アカウンティング		
	オペレーションズ・マネジメント	企業経営の経済学	統計分析Ⅰ		
基本科目	マクロ経済学	マクロ経済データ分析	統計分析Ⅱ		
	ビジネス・ゲーム基礎	ビジネス・フィロソフィー	文化と宗教から見るビジネスと倫理		
	ビジネス倫理とリーダーシップ	異文化マネジメントとリーダーシップ	キャリアとリーダーシップ		
	複雑性下のリーダーシップ	プレゼンテーション・スキル	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
	アントレプレナーシップ	ソーシャル・ネットワークと組織のダイナミクス	人材マネジメント	マネジメント(上級)	
	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	マネジリアル・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
	デザイン・シンキング	シビック・エンゲージメント・プロジェクト	マーケティング(上級)		
	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	サステナブル・ファイナンス	国際ファイナンス	インベストメント	証券データ分析
	デリバティブ	財務会計	管理会計	タックス・プランニング	財務諸表論
	FAST	ファイナンス(上級)			
	オペレーションズ&情報システムズ				
	ITと経営戦略	オペレーション戦略	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・リーダーシップ	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	プロジェクト・マネジメント	オペレーションズ・リサーチ	経済性分析
	サブライチェーン・マネジメントの理論と実践				
	演習科目				
	国際マネジメント演習Ⅰ		国際マネジメント演習Ⅱ		
	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・ビジネス		医療経済学	エンタテインメント・ビジネス		
コンサルティング・プロジェクト		ビジネスにおける法と経済学	市場と組織		
経営史		コーポレート・ガバナンス	リスク・マネジメントとコンプライアンス		
ソーシャル・アントレプレナーシップ		イノベーションと組織文化	地方創生実践論－神山プロジェクト		
次世代農業イノベーション		次世代デジタルイノベーション	パブリックリレーションズ		
コーポレート・コミュニケーション		知的資産型経営	イノベーションとアート		
DXと組織・人材戦略		観光業とグローバリゼーション	新時代の価値創造経営		
コーチングとリーダーシップ		サステナブル・コーポレート・マーケティング	インターンシップ		
海外研修セミナーⅠ		海外研修セミナーⅡ	海外研修セミナーⅢ		
国際マネジメント・セミナーⅠ		国際マネジメント・セミナーⅡ			
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Ⅰ	
	企業分析とファンド・マネジメント・シミュレーション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		
	SDGsコミュニティ・マーケティング	ファイナンス&テクノロジー	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	プロジェクト・レポート			

※ABSでは他研究科科目(経営学研究科や法学研究科など)も選択できます

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、ウェブサイトをご覧ください。

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： CEO、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 キャリアとリーダシップ	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 リスク・マネジメントとコンプライアンス 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とリーダーシップ キャリアとリーダーシップ	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 ビジネス・フィロソフィー リスク・マネジメントとコンプライアンス
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ージャー CRMシステムコンサルタント	代表 的 6 科 目	消費者購買行動 マーケティング・リサーチ 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	統計分析Ⅱ ファッション・リテイリング マーケティング戦略 デジタル・マーケティング デザイン・シンキング
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 財務諸表論 コーポレート・ガバナンス インベストメント 証券データ分析 財務会計	その他 5 科 目	国際ファイナンス デリバティブ 管理会計 統計分析Ⅱ リスク・マネジメントとコンプライアンス
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・マネージャー	代表 的 6 科 目	インベストメント デリバティブ 証券データ分析 国際ファイナンス 財務会計 財務諸表論	その他 5 科 目	コーポレート・ファイナンス ファイナンス(上級) 統計分析Ⅱ 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 コーポレート・ガバナンス リスク・マネジメントとコンプライアンス プレゼンテーション・スキル サステナブル・ファイナンス	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とリーダーシップ コーポレート・コミュニケーション パブリックリレーションズ 財務会計
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・新規事業担当、CIO	代表 的 5 科 目	ビジネスデータ分析 プロジェクト・マネジメント オペレーション戦略 ITと経営戦略 インターネット・ビジネス	その他 5 科 目	CRM戦略 グローバル・マネジメント DXと組織・人材戦略 デジタル・マーケティング サプライチェーンの理論と実践
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	オペレーションズ・マネジメント・リーダーシップ 競争戦略 プロジェクト・マネジメント ITと経営戦略 リスク・マネジメントとコンプライアンス オペレーション戦略	その他 5 科 目	企業戦略 マーケティング戦略 人材マネジメント コーポレート・ファイナンス 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 シビックエンゲージメント・プロジェクト 地方創生実践論・神山プロジェクト ブランド戦略 次世代農業イノベーション	その他 5 科 目	ソーシャル・アントレプレナーシップ デザイン・シンキング パブリックリレーションズ マーケティング・リサーチ 観光業とグローバリゼーション

科目紹介(2023年度 抜粋)

必修科目

経営戦略

経営戦略論のなかでも事業戦略について解説する。市場の分析、個別企業の分析、基本戦略など事業戦略の分析・立案に必要な技法を身につける。講義と事例研究に基づくディスカッションを交えながら、個別事業の責任者である事業部長の視点から事業戦略についての理解を深めてもらう。

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

オペレーションズ・マネジメントにおける重要なポイントは、戦略やマーケットを意識しながら持つべき資産やプロセスを設定し、重要となるアウトプット(品質、コスト、適時性、多様性)間でのバランスを取りながら価値を創造し市場へと供給する過程をマネジメントすることにある。主に講義とケースディスカッションを活用して授業を進める。基礎的な知識や分析手法は講義にて学んでいただき、それらを応用しながら本質的な問題を発見し、本当に解くべき問題は何かを定義する能力を鍛え上げる機会をケースディスカッションにて提供する。さらに理解を深める為にミニ・ゲームやシミュレーションも実施する。

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。

組織行動とリーダーシップ

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の紹介をし、その応用として各種エクササイズやケース分析を行う。

ファイナンス

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

アカウンティングは、企業が作成・公表する財務情報を分析するために必要な会計に関する基礎知識の習得を目的としている。具体的には、簿記に関する技術的な仕組みの理解をはじめとして、財務諸表を構成する基礎概念、財務諸表相互間の関係、財務諸表を分析するための基本的な手法等について理解を深めてもらうことである。授業では、広範な会計領域の中から、重要性が高いと思われる論点をピックアップして解説していく。

ビジネス倫理

現代の企業経営が直面している具体的な問題や課題をビジネス倫理の視点から分析して、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。企業活動の倫理的側面について考察するために必要とされる倫理学の理論的フレームワークを学んだ後、企業と顧客、従業員、資本提供者、社会、環境との関係など、現代企業が直面する具体的な倫理問題について取りあげる。講義以外に討論やケース分析を行って授業を進める。

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。



マクロ経済学

どのような業種、職種に属すかを問わず、一国の景気そして盛衰はビジネス・パーソン誰もが視野に入れなければ、適切な経営判断はできない。ましてや、グローバル化した世界経済の下では世界各国の動向をも視野に入れる必要がある。GDP、物価、利子率、為替レート、失業率、金融財政政策などすべてのビジネスパーソンに不可欠な基礎知識を提供していく。

専門科目

ソーシャル・ネットワークと組織のダイナミクス

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。



オペレーション戦略

日々のオペレーションを効率よく稼働させ需要と供給が利益を生む形態でフィットさせることは持続的にビジネスを展開、または拡大することに必要な不可欠であろう。しかしながら、需要側だけでなく供給側、そして外部環境においても不確定要素が多く存在するのがここ数年の特徴である。さらには、利益だけではなく持続的社会実現という視点も重要視されるようになってきている。この授業では、より戦略的視点からオペレーションに関連する諸問題を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。

サービス・マーケティング

近年、経済におけるサービスの存在感は、ますます高まっている。しかし、サービスのマーケティングは、財のマーケティングと異なる特徴がある。本講義では、サービスのマーケティングに関するいくつかの論点について、ケースメソッドで学ぶ。具体的には、サービス社会の到来、サービス・エンカウンターと顧客ロイヤルティ、サービスの品質と顧客満足、従業員との関係構築、サービス・リカバリー、サービス・マニュファクチャリング、サービスの経験価値・ブランド価値、需給マネジメントを取り上げる。それぞれの論点を議論できるケース教材を使い、議論を通して学ぶ。

競争戦略

本科目では上述の「経営戦略」では扱えなかった経営戦略論のテーマについて検討する。具体的には、産業ライフサイクル別戦略および多角化戦略、垂直統合、戦略的提携、M&Aについて扱う。本講義ではレクチャーと事例研究に基づくディスカッションを交えながら、企業経営者または事業部長の視点から事業戦略・企業戦略に関する理解を深めてもらう。

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。

デザイン・シンキング

VUCAの時代には、前例のない課題や未知の問題に対し創造的に考え新たな解決策を見出すことが常に求められている。「Design Thinking(デザイン思考)」はデザイナーが行う創造的な問題解決の方法を一般化して誰でもできるようにしたもので、海外では多くのビジネススクールで講座が開講されている。本講義ではデザイン思考をワークショップ形式で実践的に学び、基本的なマインドセットと創造的な問題解決の方法を修得していく。

コーポレート・ファイナンス

企業価値を最大化するために企業がとるべき財務戦略を中心に議論する。そのため、企業価値評価手法の基礎と応用について講義を行う。具体的には、財務諸表分析、正味現在価値(NPV)法、収益還元法、市場乗数(Market Multiple)法、リアルオプション等を扱う。ファイナンス理論を実務へ適用する実践的な能力を涵養するためにケースメソッドを利用する。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等のケースを扱う。行動ファイナンス、FinTech、InsurTech等、ファイナンス理論や実務の新しい論点についても授業内にて議論する。



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、20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、世界の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。適宜、投資の世界の最新の話題にも触れる。

プロジェクト・マネジメント

「独自の目標を設定し、それを期限までに達成させる一連の活動」がプロジェクトである。このプロジェクト活動では、ルーティンワーク(定常・継続業務)とは全く異なるマネジメント手法が必要であり、それが「プロジェクトマネジメント」である。本講義ではグローバル・デファクト・スタンダードであるPMBOK®のマネジメント手法をベースに、座学、ケースを活用したグループワーク、ビジネスゲームを通じて、知識の習得と体感でプロジェクトマネジメントを学ぶ。

基本科目

ビジネスへの演劇アプローチ

俳優の演技術をベースに、「身体」を有効に使って「演劇的視点」からビジネスを考えていく。緊張に縛られず、固定観念に囚われない柔軟で即興性の高いパフォーマンスが行えるよう、俳優トレーニングに用いられる手法をビジネスのコンテキストに合わせて講義し、体験する。また、自己から他者への「視点の転換」を試みる。最後に、プレゼンテーションにおける有効な言語非言語コミュニケーションとは何かを分析し、実習していく。

創造的リーダーへの道筋

創造的リーダーの養成は、2年間のプログラムでの濃密な学習が中心ですが、入学前と修了後を含め、時間軸の幅を広げて支援しています。

2つのコース

ABSは、イブニングコースとデイトタイムコースの2つのプログラムを設けています。両プログラムは、カリキュラムや学位は同じですが、授業の時間帯や授業の内容は異なります。

コース名	学位	授業時間帯	職業実務経験	履修期間
イブニングコース	経営管理修士 (専門職)	主として平日夜間と土曜日	3年以上	2年
デイトタイムコース		主として昼間	※	

※ 3年以上の職業実務経験が望ましい



フレッシュマンキャンプ

合宿形式で実施するので、受講者間の絆作りにもなります。

P24へ

入学時

入学式

知的興奮が冷めやらない2年間の始まりです。

在学中

授業外の学習機会

授業以外にも学びの機会があります。

P25へ

必修科目

創造的リーダーに求められる基礎的な知識を学びます。

P20へ

専門科目

キャリアプランを念頭に、得意分野の深化や苦手分野の補強のため専門的な経営知識を修得します。

P21へ



修了式

晴れてMBAホルダーです。

修了後

科目等履修生制度

2年間で履修できなかった科目を修了後に履修できます。

P40へ

同窓会での交流

各種イベントにて他の修了生と交流できます。

P41へ

自主研究会

各種研究会で、経営知識をブラッシュアップできます。

P40へ

青山アクション・ラーニング

それまでの学びを駆使してプロジェクトに挑みます。



P6へ

ABS ライフ

夏祭りやクリスマスパーティなど、楽しい時間もあります。

P37へ

授業時間帯

イブニングコースは、平日の夜間と土曜日に授業が配置されています。デイトタイムコースは、平日の昼間が中心ですが、平日の夜間と土曜日にも履修できる授業があります。

イブニングコースとデイトタイムコースの授業時間帯

	月	火	水	木	金	土
① 9:00 ~ 10:30						
② 11:00 ~ 12:30						
③ 13:20 ~ 14:50						
④ 15:05 ~ 16:35						
⑤ 16:50 ~ 18:20						
⑥ 18:30 ~ 20:00						
⑦ 20:10 ~ 21:40						

イブニングコースの時間帯 デイトタイムコースの時間帯



現在の
あなた