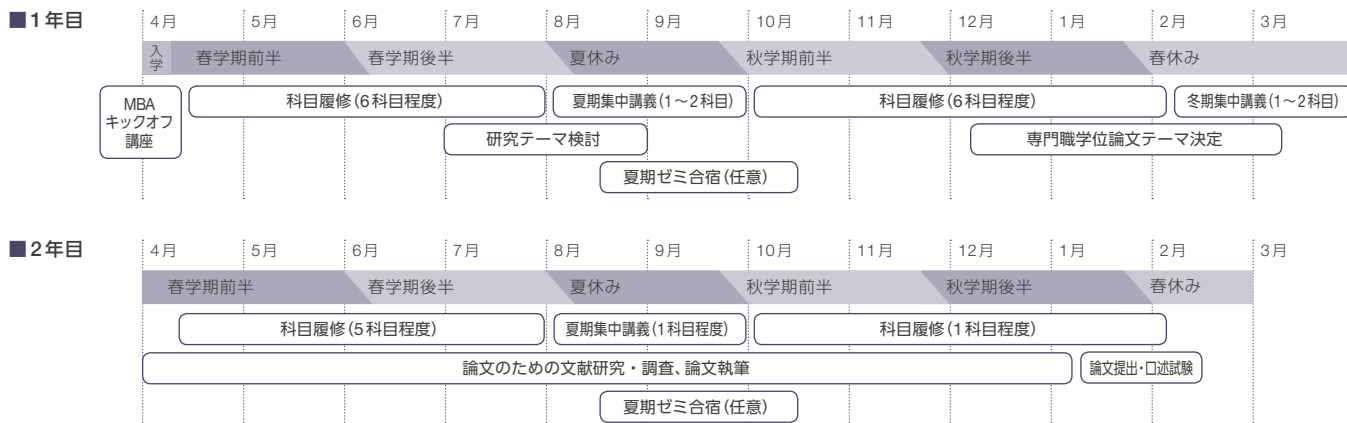


2年間のスケジュール



2021年度設置モジュール (科目は2020年度実績に基づく)



マーケティング 川上 智子 教授

多様化する今日の市場や消費者の実態を的確に把握するための分析力と、効果的かつ創造的なマーケティング戦略を策定するための構想力の双方を養成することを目的とします。本モジュールの基本的なスタンスは、理論と実践との有機的な連動をはかることにあります。授業やゼミを通じてマーケティングの基礎理論と先端理論の学習をすすめるとともに、事例を題材とした考察、実務で活躍しているマーケティングのスペシャリストとの議論などを通じて、理論と実践とを架橋するための姿勢や考え方についても学んでいきます。

主な専門科目

- マーケティングと新市場創造
- マーケティング・リサーチ
- ブランド戦略
- サービス・マーケティング など



経営戦略 根来 龍之 教授

デジタル化やグローバル化で急速に市場・業界環境が変化する状況における経営戦略について学習・研究を進めます。経営戦略論は、製品の陳腐化スピードの高速化、業界をまたがる競争の進展、外部資源活用(アウトソース)の容易化、デジタル技術(情報技術・通信技術)の飛躍的進歩、グローバル市場の一体化の進展などによって、大きな変化を強いられています。2020年にはさらにパンデミック対応という新たな変化を強いられました。このモジュールは、この「不確実」な市場・業界における経営戦略論の実践的・理論的革新に参加したい人のためのものであり、勤務されている業界は問いません。ものづくりメーカーからネットサービスまで広い範囲の経営戦略を対象にします。

主な専門科目

- 競争戦略のフロンティア
- 競争戦略研究
- デジタル化と破壊的イノベーション
- 両利きの経営と組織開発 など



事業創造とアントレプレナー 長谷川 博和 教授

本モジュールのねらいは、「事業創造とアントレプレナーに関するマネジメント」の分野における高度な専門性を獲得することです。その中心的受講生は、①将来ベンチャー企業を創業することを想定する方、②大企業で新規事業や新たな収益源を生み出したい方、③ファミリービジネスの事業承継者、の3分野です。この3分野における成功・失敗要因を評価・分析し、不連続な技術革新についての対応力をつけ、更にはオープンイノベーションを推進するために、大企業、ベンチャー企業とファミリー企業との連携の在り方等を検討することによって、専門職学位論文を仕上げることを目的とします。これら3分野は独立して存在するのではなく、相互に関連しながらダイナミックに成長してゆくものであり、その相関性について重点的に議論していきます。本モジュールの基本姿勢は、実践と理論の融合を重視して進めてゆくこと、「明るく楽しいモジュール」となります。

主な専門科目

- スタートアップ・ファクトリー
- 事例で学ぶベンチャー経営・新規事業の創造
- ファミリービジネスと国際化
- ベンチャー・ファイナンス など



スポーツビジネス 原田 宗彦 教授

近年のスポーツビジネスは、ウェアやラケットなどのスポーツ用品産業、アリーナやスタジアムといったスポーツ施設産業、放送権が絡むメディアやOTTサービスに関連した産業が市場を拡大するとともに、プロスポーツ産業のように、複数の産業が互いに関与して、ハイブリッド化する傾向にあります。そのため、スポーツビジネスの現場で働くプロフェッショナルには、多面的な知識と経験、そしてテクノロジーを活用した最先端のマーケティング・スキルが求められます。本モジュールでは、講義形式に加えて、現場で活躍する実務家をゲストとして招き、スポーツビジネスの最前線を学ぶ機会を提供します。またケースメソッドやグループワーク、そしてオンライン講義など、様々な形式を用いて学びを深めていく予定です。

主な専門科目

- スポーツビジネスマネジメント特論
- スポーツビジネスマーケティング特論
- マーケティングと新市場創造
- 事例で学ぶベンチャー・新規事業の創造 など



グローバル経営 平野 正雄 教授

本モジュールは、グローバルをキーワードにしながら、第一線のビジネス現場にて活躍できる人材の育成を目指しています。重点を置いているのは、学生一人一人のビジネスパーソンとしての総合力の底上げです。そのためにナレッジ(専門知識の深堀)、スキル(課題解決能力の修得)、そしてマインド(人間的な成長)を総合的に強化するための独自の教育プログラムを提供しています。まず、ナレッジについては、主に論文執筆を通して最新の経営理論を理解すると共に、実際の応用事例を学ぶことで、実践的な知識として体得することを目指します。その際のテーマは、戦略策定、ビジネスモデル設計、組織人事改革、M&A、イノベーションなど、学生自身の関心に応じて柔軟に設定することが可能です。また、当モジュールでは個々人のスキル開発を特に重視しており、論理思考、戦略構想、データサイエンス、コミュニケーションなどの課題解決力全般の強化に取り組んでいます。そのために独自の演習プログラムやワークショップを実施するなど、体系的なスキルアップに注力しています。さらにマインドについても、仕事を離れて自分自身を見つめ直す場を設けて、各自がこれからのキャリアやライフプランを考える機会も提供しています。2年間かけて、じっくり自分を見つめ直し、一段の自己成長を目指される方々の応募をお待ちしております。

主な専門科目

- グローバルビジネス理論
- グローバル人事管理
- グローバルM&Aのマネジメント
- グローバルビジネスのマネジメント など



技術・生産マネジメント 藤本 隆宏 教授

このモジュールでは、企業・産業・現場のオペレーション(広義のものづくり)を、付加価値を担う設計情報の「流れ」を管理し改善するという観点から分析します。具体的には、①現場において付加価値を担う「良い設計の良い流れ」を制御するものづくり組織能力(例えばトヨタシステム)、②製品など現物の設計思想つまり製品・工程アーキテクチャ、③「選ばれる力」である表層・深層の競争力の間の動的な関係を見ます。また、製品開発・生産・購買・販売・サービス等の現場の「良い流れ」(品質・生産性・リードタイム・柔軟性:QCTF)の管理と改善、現場の生産資源(人的資源・設備・材料:3M)の入手・維持・改良などについて学びます。多くの現場現物の実例を用います。製造業、サービス業、農林水産業、生産部門、開発部門、サプライチェーン、ビジネスモデルなどをすべて含みます。デジタル化、グローバル化、大災害対応、サステナビリティ対応など、さらに、インクルーシブなものづくり経営、プラットフォーム競争時代の補完財戦略、アフターコロナ時代のサプライチェーンなどのテーマにもどんどん応用していきます。

主な専門科目

- 競争戦略のフロンティア
- 技術と戦略
- 生産・開発マネジメント(1)
- 生産・開発マネジメント(2) など

修了要件

2年以上在学して50単位以上を修得し、演習および研究指導を経て専門職学位論文を執筆します。論文審査および試験に合格した者に対して、「経営管理修士(専門職)」の学位が授与されます。

必修コア科目	選択科目			専門研究			計
	日英科目	海外開講科目	一般選択科目	演習	研究指導	専門職学位論文	
14		24 ~		8	合格	4	50

※ 早稲田大学内の他研究科や交換留学先の海外大学院に設置されている科目の単位は、審査の上、修了必要単位に算入できる場合があります。

※ モジュール専門科目(所属するモジュールが指定する選択科目)の中から、3科目6単位以上修得することを履修指導します。

※ 選択必修コア科目(MBAプログラム)を修得した場合、一般選択科目の単位として算入します。

※ 「研究指導」に単位付与はありませんが、所定の指導を受け合格する必要があります。

※ 「研究指導」は2年次以降の配当となります。