

科目名 (英文表記)	ケーススタディI (Case Study I)		
科目区分	実践科目	単位数	2 単位
担当教員名	近藤公彦・堺昌彦・西村友幸 ・北川泰治郎	ナンバリング	MBA_P_CS 5411
研究室番号	(近藤) 3 2 8 (堺) 4 4 4 (西村) 3 2 0 (北川) 5 0 1	研究室電話番号	(近藤) 2 7 - 5 3 2 6 (堺) 2 7 - 5 3 5 2 (西村) 2 7 - 5 3 2 7 (北川) 2 7 - 5 2 9 5
Eメール・アドレス	(近藤) kondo@res.otaru-uc.ac.jp (堺) msakai@res.otaru-uc.ac.jp (西村) nishimura@res.otaru-uc.ac.jp (北川) kitagawa@res.otaru-uc.ac.jp		
授業の内容及び方法： 次頁以降に記載			
授業の目的： <p>本授業は、財務、マーケティング、組織、戦略の視点から企業のケース（事例）を多角的・総合的に検討することを通じて、ケース分析のスキルを習得することを目的とする。ケース分析のスキルは、ケースの現状を正確に分析し、問題の所在を明らかにする問題発見能力と、戦略代替案を導出して比較評価し、最適な推奨案を選択する問題解決能力の2つからなる。ビジネスの意思決定局面において不可欠なスキルであるこれらの問題発見・解決能力を習得することによって、優れた戦略を立案・実行することができる。基本科目群で学んだ理論枠組みは、本授業におけるケースの分析ツールとして用いられる。</p> <p>到達目標は、財務、マーケティング、組織、および戦略のクロスファンクショナル（科目横断的）な視点から、ケースの統合的な分析と戦略立案を行うスキルと能力を習得することにある。</p>			
使用教材： 小樽商科大学ビジネススクール編、『MBAのためのケース分析（改訂版）』、同文館出版、2010年。 <p>ケースは適宜、manabaよりダウンロードすること。</p>			
成績評価の方法： 以下の点に基づいて成績評価を行う。 <p>出席率 10%</p> <p>課題 70% (ケース・レポート)</p> <p>授業への参加度 20% (発表、ディスカッション等)</p> <p>締切後に提出された課題は採点しない。またすべての課題を提出しなければ、単位認定とはならない。評価に不服のある場合には、不服申立書により教務委員長に申し出ること。</p>			
履修上の注意事項： <p>① 5時限以上欠席すると自動的に不可となる。</p> <p>② モジュール4の授業は定期試験の時間分を含めるため、通常どおり10:30-17:40の時間帯で行う。</p> <p>③ モジュール毎に詳細なタイムスケジュールを配付する。</p>			

授業の内容及び方法

モジュール 1 ケース分析演習（1）	
事前準備	『MBAのためのケース分析（改訂版）』第1部「ケース分析の方法(基本編)」および第2部「ケース分析の方法(実践編)」を熟読し、第3部「分析ツール編」を確認しておく。第4章「良品計画のケース・レポート」の問題点をマーケティング分析、組織分析、および戦略的代替案と推奨案それぞれについて考察し、A4ノート1枚程度にまとめておく。
第1時限	ケース分析の方法と授業の進め方／財務分析 ケース分析の目的と方法および授業の進め方についてレクチャーを行う。 課題に沿って財務分析を実施し、グループごとにプレゼンテーションを行う。
第2時限	組織分析 課題に沿って組織分析を実施し、グループごとにプレゼンテーションと質疑応答を行う。
第3時限	マーケティング分析 課題に沿ってマーケティング分析を実施し、グループごとにプレゼンテーションと質疑応答を行う。
第4時限	戦略の策定と全体ディスカッション 課題に沿って戦略を策定し、グループごとにプレゼンテーションと質疑応答を行い、全体ディスカッションにより総括する。
復習	ケース分析の方法を十分に理解しておく。

モジュール 2 ケース分析演習（2）	
事前準備	A社のケースを読み、課題を分析しておく。
第5時限	財務分析 課題に沿って財務分析を実施し、グループごとにプレゼンテーションと質疑応答を行う。
第6時限	組織分析・マーケティング分析 課題に沿ってグループごとに組織分析、マーケティング分析を実施し、グループごとにプレゼンテーションと質疑応答を行う。
第7時限	戦略案の導出 課題に沿ってグループごとに戦略案を導出する。
第8時限	戦略案のプレゼンテーションおよび全体ディスカッション グループごとに戦略案をプレゼンテーションし、全体ディスカッションにより総括する。
復習	A社のケース・レポートを作成し(A4・15枚程度)、manabaにアップロードする。

モジュール 3 ケース分析演習（3）	
事前準備	B社のケースを読み、課題を分析しておく。
第9時限	財務分析 課題に沿って財務分析を実施し、グループごとにプレゼンテーションと質疑応答を行う。
第10時限	組織分析・マーケティング分析 課題に沿ってグループごとに組織分析、マーケティング分析を実施し、グループごとにプレゼンテーションと質疑応答を行う。
第11時限	戦略案の導出 課題に沿ってグループごとに戦略案を導出する。
第12時限	戦略案のプレゼンテーションおよび全体ディスカッション グループごとに戦略案をプレゼンテーションし、全体ディスカッションにより総括する。
復習	B社のケース・レポートを作成し(A4・15枚程度)、manabaにアップロードする。

モジュール 4 ケース分析演習（4）	
事前準備	C社のケースを読み、課題を分析しておく。
第13時限	財務分析 課題に沿って財務分析を実施し、グループごとにプレゼンテーションと質疑応答を行う。
第14時限	組織分析・マーケティング分析・戦略案の導出 課題に沿ってグループごとにマーケティング分析、組織分析を実施し、戦略案を導出し、グループごとにプレゼンテーションと質疑応答を行う。
第15時限	組織分析、マーケティング分析、および戦略案のプレゼンテーションと全体ディスカッション グループごとにマーケティング分析、組織分析、および戦略案をプレゼンテーションし、全体ディスカッションにより総括する。
復習	C社のケース・レポートを作成し(A4・15枚程度)、manabaにアップロードする。