

経営学 専攻 領域（博士前期/修士・博士後期・前後期共通）

試験科目：第 外国語（ ） / 専門科目（ 経営学 ）

試験時間：（ 90 ）分

1. 解答用紙には受験番号と氏名を記入すること。
2. 問題の解答は、解答用紙の指定された解答欄に記載すること(ただし、特別な指示がある場合を除く)。また、各問題の中に数個の設問がある場合は、問題・設問の番号を明確に記載してから解答をすること。
3. 日本語で解答すること。(ただし、特別な指示がある場合を除く)
4. 書き損じの解答用紙、使用しなかった解答用紙、および問題用紙は持ち帰らないこと。

.....

下記の全ての問題に答えなさい。

問題 1、問題 2 は 250 文字以内で、解答用紙の所定欄に解答しなさい。

問題 3、問題 4 は解答用紙の所定欄に解答しなさい。

問題 1 組織的公正に関する手続き的公正について解説しなさい。また、組織における評価制度に対して手続き的公正が果たす重要性について、最も重要と思われるポイントを 1 点選び、そのように判断する理由を含めて述べなさい。

問題 2 集団浅慮について解説しなさい。さらに集団浅慮を回避するための方法について述べなさい。

問題 3 置換効果を基にして、イノベーションのインセンティブに関して独占企業と完全競争市場で競争する企業を比較しなさい。ただし、これらの差異が明確になる適切な図を用いてその比較をしなさい。

問題 4 あなたはある株式会社 A の最高財務責任者(Chief Financial Officer, CFO)であり、企業価値最大化を目的として行動していると仮定する。現在、A 社では 2 つの新製品開発プロジェクト  $\alpha$  と  $\beta$  の実行が検討されている。いずれのプロジェクトも今後 3 年間にわたり正のキャッシュフローがもたらされることとする。また、各プロジェクトの初期投資額、純現在価値(正味現在価値, Net Present Value, NPV)、内部収益率(Internal Rate of Return, IRR)は下表のとおりとする。

プロジェクト	初期投資額	NPV	IRR
$\alpha$	300	23	0.129
$\beta$	300	20	0.160

実行可能なプロジェクトはいずれか一方のみとする。A 社の資本コストは 0.10 とする。

なお、この時点で、国債の年利回りは0.03とする。

これらのプロジェクトに対して、2人の社外取締役 丙と丁から以下の意見が出された。

[社外取締役 丙の意見]

より NPV の大きいプロジェクト  $\alpha$  でさえ、その NPV は 23 しかない。それを得るための初期投資 300 は大きすぎる。300 を国債に投資すれば、1年間で9を得られ、3年間で27を得られる。したがって、これらのプロジェクトのいずれと比較しても国債投資の方が企業価値増加に寄与する。このため、いずれのプロジェクトも実行しないことが株主価値毀損を防ぐことになる。

[社外取締役 丁の意見]

プロジェクト  $\alpha$  の NPV はプロジェクト  $\beta$  の NPV よりも大きい。しかし、プロジェクト  $\alpha$  の IRR よりもプロジェクト  $\beta$  の IRR が大きい。NPV の差が 3 であれば、収益性の観点からプロジェクト  $\alpha$  よりもプロジェクト  $\beta$  が企業価値をより増加させ、そして、株主価値増加へより貢献する。

このとき以下の各問に答えなさい。

- (1) 社外取締役 丙の意見に対して、CFO としての考えを適切な図や式等を用いて説明しなさい。
- (2) 社外取締役 丁の意見に対して、CFO としての考えを適切な図や式等を用いて説明しなさい。

経営学 専攻 領域（博士前期/修士・博士後期・前後期共通）

試験科目：第 外国語（ ） / 専門科目（ マーケティング論 ）

試験時間：（ 90 ）分

以下の事項を熟読の上、解答してください。

\*\*\*\*\*

1. 第1部は全員解答必須、第2部は問題を2つ選択して解答してください。
2. 第2部は、解答用紙に選択した問題の番号を記入した上で、解答を記入してください。解答する問題によって解答用紙をわけてください。
3. 各問題の中に数個の設問がある場合は、設問の番号を明確に記載してから解答を記入してください。
4. 日本語で解答すること（ただし、特別な指示がある場合を除く）。
5. 書き損じの解答用紙、使用しなかった解答用紙、および問題用紙は持ち帰らないこと。

\*\*\*\*\*

第1部

<全員解答必須>

問題I 以下の空欄にあてはまる用語を記入してください。

マーケティング戦略を立案する最初のステップとして、自社を取り巻く（①）を正確にとらえる必要がある。3C分析は、顧客ニーズや市場規模に関する（②）、競合相手や市場でのポジションに関する（③）、自社が有する強みや弱み、経営資源の分配などに関する（④）の3つの視点から、自社を取り巻く（①）を分析するためのフレームワークである。3C分析を通じて、顧客が商品やサービスを選択する際に重視する要因である（⑤）と、企業が市場で競争優位を築くうえで必要不可欠な（⑥）を導出する。

3C分析によって導き出された（⑤）と（⑥）をもとに、市場を効果的に攻略するためには、まず市場全体を共通のニーズや特性を持つ小さなグループに分ける（⑦）を行う。その後、魅力度が高く、自社の強みを発揮できる市場を選択する（⑧）を実施し、選択した市場において自社の立ち位置や差別化戦略を明確にする（⑨）を設定する。さらに、この戦略を具体的なマーケティング施策に落とし込む段階では、製品、価格、チャネル、プロモーションの4つの要素からなる（⑩）を設計する必要がある。

## 第 2 部

<問題Ⅱ～Ⅴの中から、問題を 2 つ選択して解答してください>

### 問題Ⅱ

- (1) 顧客生涯価値 (Life Time Value) とは何かを定義したうえで、その重要性が高まった背景にある社会的・経済的な要因を説明せよ。
- (2) 現実世界のネットワークにおいて広く観察される、「スケールフリー性」と「スモールワールド性」について、それぞれの特性と現実世界における代表的な例を説明せよ。

### 問題Ⅲ

- (1) 消費者の情報処理において、感情 (affect) はどのような働きを持っているか。情報処理と感情の関連性を論じた理論をいくつか挙げ、その内容を説明してください。
- (2) 実験研究における「独立変数」「従属変数」とはどのような意味か。それぞれの意味について述べたうえで、実験研究の例を挙げてください。

### 問題Ⅳ

- (1) ブランド要素の定義と代表的な例を挙げたうえで、各ブランド要素が消費者反応にどのような影響を与えるかについて説明しなさい。
- (2) 実験研究における「参加者間要因」と「参加者内要因」とはどのような意味か。それぞれの意味、長所と短所について、具体例を挙げながら説明しなさい。

### 問題Ⅴ

- (1) ある缶コーヒーメーカーは、東南アジアおよびオセアニアで展開する海外キャンペーンにおいて、「No.1 Coffee in a Can in Japan」という表示をパッケージや広告で強調しているが、北米市場ではこの訴求を行っていない。原産国効果及び関連する理論的枠組みを用いて、地域ごとにこのような戦略を使い分けている理由を分析し、消費者認知や購買意図に及ぼす潜在的な影響について論じなさい。
- (2) ブランド・パーソナリティを定量的に測定する際に考慮すべき指標と課題について、Aaker(1997)のモデルを中心に論じ、他の測定アプローチとの違いも説明しなさい。