

2020 年度 甲南大学大学院 社会科学研究科経営学専攻修士課程(2次募集)入試問題

区分	研究科	専攻・コース	試験科目	試験時間	試験日
修士一般 (2次募集)	社会科学研究科	経営学専攻 経営学コース	専門	60分	2020年2月15日

下記の2問のうち、以下の指示に従い1問を選択し、答えること。選択しなかった問題に答える必要はない。なお、解答用紙の所定の箇所に、解答した問題番号を記入しなさい。

『経営管理論』を専攻しようとする受験者は問1を、『マーケティング・サイエンス』を専攻しようとする受験者は問2を選び、答えなさい。

1. 21世紀に入り、企業組織はピラミッド型からフラットに変化するといわれている。そのような変化が生じる理由を挙げなさい。また、そのような組織の変化にともない、マネージメントはどのように変化するか。ファヨールの管理原則やテイラーの科学的管理法等の管理理論に関連させながら、説明しなさい。

2. ブランドとはどの様にとらえればよいのでしょうか。ブランド・ロイヤリティとブランド・エクイティの視点を考慮して、説明しなさい。また、IMCと呼ばれるコミュニケーション戦略とブランドの関係性についても言及してください。