

日本大学大学院商学研究科博士前期課程
一般入学試験（第1期）

専門科目

注 意

- 1 試験開始の合図があるまで問題冊子を開かないでください。
- 2 試験開始の合図があったら、解答用紙に記載された専攻名などが出願内容と同じであるか確認してください。
- 3 この問題冊子は、全ての専攻・科目が一冊に綴じられています。出願書類に記載した専攻・科目とは異なる専攻・科目を解答しないように注意してください。
- 4 問題は、第1問と第2問があります。第1問と第2問の両方とも解答してください。
- 5 解答用紙は、第1問と第2問に分かれています。
- 6 解答用紙の所定欄に、受験番号と氏名・フリガナを必ず記入してください。
- 7 解答は、解答用紙に記入してください。
- 8 解答時間は90分です。
- 9 問題冊子と解答用紙は必ず提出してください。 ※持ち帰らないこと。

専攻名	受験番号	氏名（フリガナ）

※試験開始の合図があるまで記入しないでください。

商学専攻

専門科目

商学・経営学専攻（共通）

第1問

以下の問いに答えなさい。

- 1 企業が顧客に提供する商品としての「サービス」の特徴を、有形財の「製品」と比較した上で説明しなさい。
- 2 企業が自社の製品をブランドとして成立させることの意義は何であるのか、顧客の視点から論述しなさい。

商学・経営学専攻（共通）

第2問

以下の2つの設問についてすべて答えなさい。

1. ポストンコンサルティンググループが開発したPPMは多角化戦略を考える際の指標として広く浸透している。この考え方をを用いて企業が事業を多角化する際の望ましい事業バランスについて述べなさい。
2. 企業が事業を多角化する際に採用する手段・方法を3つ挙げ、各々の特徴について説明しなさい。

経営学専攻

専門科目

商学・経営学専攻（共通）

第1問

以下の問いに答えなさい。

- 1 企業が顧客に提供する商品としての「サービス」の特徴を、有形財の「製品」と比較した上で説明しなさい。
- 2 企業が自社の製品をブランドとして成立させることの意義は何であるのか、顧客の視点から論述しなさい。

商学・経営学専攻（共通）

第2問

以下の2つの設問についてすべて答えなさい。

1. ポストンコンサルティンググループが開発したPPMは多角化戦略を考える際の指標として広く浸透している。この考え方をを用いて企業が事業を多角化する際の望ましい事業バランスについて述べなさい。
2. 企業が事業を多角化する際に採用する手段・方法を3つ挙げ、各々の特徴について説明しなさい。

会計学専攻

実施なし

専門科目