

認定管理会計士（J C M A）講座のケーススタディー課題一覧

I 経営戦略・マーケティング

- 1 産業機器製造業における付加価値創造の経営
- 2 事業戦略の可視化と決算書の特徴
- 3 事業企画立案における競争優位性の構築
- 4 様々なビジネスモデル
- 5 生産財（消耗品）製造業の業績改善
- 6 経営統合方式のメリット・デメリット
- 7 マーケティング近視眼
- 8 プロダクト・ライフサイクルとマーケティング施策
- 9 地位による戦略類型
- 10 コストリーダーシップ戦略の具体的手法
- 11 C S 経営の意義と主な活動
- 12 撤退戦略
- 13 企業変革の作法

II 組織・人事管理

- 14 人事トータルシステム
- 15 賃金分析と適正人件費管理
- 16 分業化の弊害
- 17 権限委譲の意義
- 18 組織風土を変える

III 生産管理

- 19 トヨタ生産方式
- 20 Q C 7つ道具
- 21 新Q C 7つ道具
- 22 V E の手順
- 23 在庫削減において大切なこと
- 24 M R P の仕組みと効用

IV 財務分析

- 25 スtockとフローの視点について
- 26 セグメント情報の活用
- 27 決算書分析による粉飾決算の研究
- 28 支払能力を判定する
- 29 キャッシュフロー分析事例
- 30 ROEの功罪
- 31 製造業の付加価値生産性
- 32 小売業の生産性と人時管理
- 33 飲食業の財務指標
- 34 営業所の計数分析

V 原価計算・原価管理

- 35 原価計算手続きの実務
- 36 活動基準原価計算の意義と製品別原価計算
- 37 製品別月次実際原価計算
- 38 標準原価設定方式
- 39 原価差異要因
- 40 原価計算・原価管理の実効性
- 41 TOC理論とスループット会計
- 42 物流コストの算定方法
- 43 電気機械製造業における戦略的価格決定
- 44 品質コスト管理に関する理論
- 45 原価構造と価格政策
- 46 環境管理会計～マテリアルフローコスト会計を中心に～

VI 業績管理

- 47 製造業における予算編成手順
- 48 目標の機能
- 49 財務目標設定に関する考え方
- 50 戦略の方向性と損益構造
- 51 部品製造業のマネジメントシステム
- 52 卸売業と価格戦略
- 53 業績評価とボーナス
- 54 管理部門の業績評価
- 55 変化対応型予算管理
- 56 ゼロベース予算
- 57 機能間コンフリクト
- 58 製造部門の業績評価
- 59 アメーバ経営の考え方と仕組み

VII 設備投資経済性評価

- 60 複合案における設備投資の優先順位づけ
- 61 感度分析の諸手法
- 62 小売業における売上予想
- 63 小売業における投資経済性検証
- 64 β 値の計算

VIII その他

- 65 フィンテック、ブロックチェーンと仮想通貨
- 66 不正予防するための考え方
- 67 フレームワークを極める
- 68 予測技法
- 69 コンサルタントのコミュニケーション能力①「インタビュー」
- 70 コンサルタントのコミュニケーション能力②「ファシリテーション」