

科目コード	28104				区分	専門基礎科目			
授業科目名	マーケティング総論				担当者名	藤野 明彦			
配当年次	1	開講学期	前期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

<授業の概要>

対人関係において相手の感じ方や心の動きに気配りが必要であると同様に、企業も創造しようとする顧客への特別な配慮が必要である。その原理を指し示すのがマーケティングの原理である、本科目では、その基本原理とマーケティングの基礎的知識を身につけた上で、マーケティングの発想法やマーケティングの実務的な活用法について理解し、実感できることを目的とする。

<授業の到達目標>

- ① マーケティングの実務的な活用法について、具体的に事例などを通して自ら説明出来ることを目的とする。
- ② マーケティングの基本原則と重要事項を理解し、実務事例をその発想法で分析出来ることを目的とする。
- ③ 実務的な課題について、マーケティングの視点から整理や分析できるようになることを目標とする。

<授業の方法>

- ① 授業は講義形式で行なうが、ディスカッションやグループワークも実施予定である。
- ② 適宜テーマに沿った具体的事例を検討し、自分の感想や意見を持つことを求める。
- ③ 予習での検討も含め、授業内で検討して考えたことを毎回「小レポート」として課す。
※専門用語や資料・映像は英語も多く使用される。(基礎的な英語の語彙理解力も必要であるとして授業に臨むこと。)
- ① 授業テーマに対応して、教員と受講生との対話型課題検討を行う。
- ② 重要な事項に関しての事例に対して、受講生同士でのディスカッションを実施する予定である。
- ③ 全員参加が可能なテーマに関して、グループワークを実施する予定である。
ユニバーサルパスポートによる、受講者全員に対する次回テーマと事前検討課題の提示。

<準備学習(予習・復習等)>

- ①授業後、参考図書参照などにより、授業テーマの不明点・疑問点を解消し、必ず理解を深める復習をする。(約1時間)
 - ②次回授業テーマを事前に示す。参考図書参照などで考えを整理し、授業で答えられるよう毎回予習をする。(約1時間)
 - ③授業テーマ以外の重要な学習として、復習内容を統合した「課題レポート」の作成が必ず必要である。(平均1時間)
- ※マーケティングは、経営活動の一部である。経営学の基本重要事項の理解(又は準備学習)前提で授業を進める。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

広く経営に関わる専門知識・技能を備え、企業に関連するマーケティング現象を分析・理解し、これに関連した新たなマーケティング戦略や戦術を創造・提案できる能力を身に付けている。

<成績評価方法>

次の3項目により総合的に評価する。

- ①毎回の積極的な授業参加(ディスカッションへの参加・グループワークでの活躍、授業内小レポートへの評価を含む)30%、②課題レポート提出(2回)40%、③定期試験30%

<教科書>

特になし

<参考図書>

- 石井淳蔵・廣田章光(2009)「1からのマーケティング 第3版」中央経済社
 日経ビジネス編集部「日経ビジネス(入学してからのすべての号)」日経BP社
 Gary Armstrong、Phillip Kotler「Marketing: An Introduction (10th/11th/12th/13th ed)」Pearsons

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	ガイダンスとイントロダクション(Guidance and Introduction)	本科目の概要と受講上の注意、「マーケティング」とは？(How to be evaluated、Cautions and What marketing is)
2	マーケティングの考え方(Core Concepts of Marketing)	マーケティングの基本的な考え方と実務事例からの検討(Understand Marketing Thought and Specific Examples)
3	消費者行動と消費者調査(Consumer Behavior and Consumer Research)	消費者の行動を調査し分析することの意味(Meaning of Research and Analyze Consumer Behavior)
4	マーケティング・ミックス-1(Marketing Mix-1)	「広告」についての検討(Concept of Promotion and Communication)
5	マーケティング・ミックス-2(Marketing Mix-2)	「流通」についての検討(Concept of Place and Distribution)
6	マーケティング・ミックス-3(Marketing Mix-3)	「価格」についての検討(Concept of Price and Discount)
7	マーケティング・ミックス-4(Marketing Mix-4)	「製品」についての検討(Concept of Product and Service)
8	マーケティング・ミックス-5(Marketing Mix-5)	製品・価格・流通・広告の統合と事例(Frame of Marketing Mix and Specific Examples)
9	マーケティングの戦略-1(Marketing Strategy-1)	「市場機会の分析」についての検討(Process of Market Opportunity Analysis)
10	マーケティングの戦略-2(Marketing Strategy-2)	「セグメンテーション」についての検討(Frame of Segmentation)
11	マーケティングの戦略-3(Marketing Strategy-3)	「ターゲティング」についての検討(Frame of Targeting)
12	マーケティングの戦略-4(Marketing Strategy-4)	「ポジショニング」についての検討(Frame of Positioning)
13	マーケティングの戦略-5(Marketing Strategy-5)	マーケティング戦略の実施手順(Executing Steps of Marketing Strategy)
14	社会的責任と倫理的責任(Social and Ethical Responsibility)	マーケティングにおける社会的責任や倫理的行動の検討(Social and Ethical Responsibility of Marketing)
15	講義の総括(Review and Prospect)	マーケティングの現状と新しい動き(Contemporary Marketing and Its Movement)

科目コード	28100			区分	専門基礎科目				
授業科目名	現代ビジネス概論			担当者名	堀上 明				
配当年次	1	開講学期	前期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

<授業の概要>

本科目では、現代社会における経営活動の基本的内容について事例をとり上げながら学修する。本科目の学修によって、業種や職種、流通の仕組みや企業間関係等を知ることができる。今後の日本経済を切り開くため、企業には機動性、先進性と革新性が要求されているが、変化し続けている現代の日本企業を様々な視点から理解するとともに、今後の発展課題を明らかにしていく。

<授業の到達目標>

①現代社会における経営活動の基本的内容を理解する。②正解のない課題に対して、自分なりの解を見出すことができる。③自分の考えを文章や発言で正確に伝えることができる。

<授業の方法>

現代社会における経営活動について、日経ビジネスの具体的な事例を通じて学ぶ。レポートや発表、ディスカッションにより理解を深める。テーマによっては事後課題を課す。15回の授業のうち1回は日経BP社による特別授業を実施する。グループワーク、グループディカッション、クラスディカッションを実施し、授業課題に取り組む。ディスカッションの内容は、授業内における発表等にてクラス内で共有する。

グループワーク、グループディカッション、クラスディカッションでは、ノートパソコンを使用し、調査、ディスカッション結果のまとめ、課題の解答作成等を実施する。成果物は、ユニバーサルパスポート、DropBox等を活用し、クラス内で共有する。

<準備学習（予習・復習等）>

事前学習：日経ビジネスを読み疑問点を整理する、事前課題など（1時間程度）。

事後学習：振り返り、ノート整理、事後課題など（1時間程度）。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

日経ビジネスに掲載されている記事の理解を通して総合力を磨き、新たな課題に対応できる社会人（課題を見つける力、創造的思考力、コミュニケーション能力）を身につける。

<成績評価方法>

授業態度 20%、課題 40%、定期試験 40%

（課題については評価結果を記入して返却する）

<教科書>

日経BP社「日経ビジネス」日経BP社

<参考書>

特になし

<授業計画>：日経ビジネスの掲載内容によっては毎週の内容は変更となる。。

回	テーマ	授業内容
1	ガイダンス	授業の進め方、課題の提出方法、成績評価方法等の説明。
2	製造 (1)	製造業の概要を理解し、課題について考える。
3	製造 (2)	製造業の概要を理解し、課題について考える。
4	情報通信	情報通信業の概要を理解し、課題について考える。
5	日経BP社による特別授業	内容は別途連絡します。実施時期は変更する可能性がある。
6	金融	金融業の概要を理解し、課題について考える。
7	エネルギー	エネルギー業の概要を理解し、課題について考える。
8	交通・運輸	交通・運輸業の概要を理解し、課題について考える。
9	建設・不動産・住宅	建設・不動産・住宅業の概要を理解し、課題について考える。
10	流通・小売り	流通・小売り業の概要を理解し、課題について考える。
11	サービス	サービス業の概要を理解し、課題について考える。
12	レジャー・アミューズメント	レジャー・アミューズメント業の概要を理解し課題について考える。
13	マスコミ	マスコミ業の概要を理解し、課題について考える。
14	商社	商社の概要を理解し、課題について考える。
15	教育・人材・コンサルティング	概要を理解し課題について考える。

科目コード	28110			区分	専門基礎科目				
授業科目名	ビジネスプレゼンテーション			担当者名	池田 佳代				
配当年次	2	開講学期	前期	単位数	2	授業方法	演習	卒業要件	選択

＜授業の概要＞

本科目では、自分の考えをわかりやすく相手に伝えていくプレゼンテーション能力を身につけることを目的とする。そのため、パワーポイントを使いこなすことはもとより、効果的なプレゼンテーションとはどのようなことか、コンテンツの作成にはどのようなツールがあるかを学び、実際に作業や演習を繰り返すことにより実践できるようにすることを目的とする。

＜授業の到達目標＞

PowerPointを使用した実践的なプレゼンテーションができるようになることを到達目標とする。

授業内で習得したプレゼンテーション技法を使って、各自が自分で作成したPowerPointをもとに、人前で目的に対して効果的なプレゼンテーションを行うことができるようになる。

＜授業の方法＞

テキストを中心に講義を進めていく。本授業は、PowerPointの操作方法を学ぶことだけでなく、効果的なプレゼンテーションとはどのようなものかを、実践を通して習得する。プレゼンテーションの実践に適した一般教室（PPC教室ではない）を使うため、各自PowerPointが利用できるパソコンを持参することが前提条件となる。各自がプレゼンテーションを行うため、1クラスの定員を40名とし、オーバーした場合は抽選を行う。

当該講義では各自の持ち込みPCを利用してPowerPointを用いたプレゼンテーションスキルを修得する。受講者各自のプレゼンを通じて自らのプレゼン能力も向上させていく。

発表するデータを作り上げていき、Dropbox、ユニバを活用しながら教員と共有し指導を行っていく。講義中にPC持ち込みが必須である。

＜準備学習（予習・復習等）＞

授業内で理解不十分だった点、時間的に未完成だった課題、欠席してしまった日の内容などは、次回までにしっかりと習得して授業に臨むことが求められる。

各自PowerPointを利用したオリジナルの内容のプレゼンテーションを行うため、データ作成作業として4時間以上、プレゼンテーションの練習に2時間以上の時間を要する。

＜卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連＞

プレゼンテーションを学ぶことにより、社会や企業活動、経済活動に必要な情報を収集し、課題解決のため意見を交わし提案するコミュニケーション能力を身に付けている。また、効果的なプレゼンテーションを体験することで、総合的な学習経験で得られる知識を連動させ、新たな課題に対応できる社会人（課題を見つける力、創造的思考力、コミュニケーション能力）を身に付ける。

＜成績評価方法＞

積極的な受講態度 20%、講義内課題 30%、プレゼンテーション 50%

ユニバの「課題管理」で課題を提示し、期限までに提出することが求められる。提出された課題については、各自にユニバの「課題管理」上でコメントを返す。プレゼンテーションについては、評価コメントをその場で返す。

＜教科書＞

佐藤佳弘 (2018.9.7) 「[パワーアップ版] わかる！ 伝わる！ プレゼン力」武蔵野大学出版会 1,944円

＜参考書＞

特になし

＜授業計画＞

回	テーマ	授業内容
1	ガイダンス	プレゼンテーションとはなにか、ビジネスプレゼンとは
2	プレゼンのイロハ	プレゼンのイロハ三要素、話し手の心構え
3	基本動作のポイント	印象を決める要素、聞き手のプレゼン
4	内容のポイント	プレゼンの目的、アйдマの法則
5	構成のポイント	入口、出口、道筋
6	表現のポイント	言葉の表現、スライドの表現
7	スライド作りのポイント	構成、文字の量、文字のサイズ
8	スライド表現のポイント	画像、グラフ、表
9	プレゼンの悩み解決	心構え、姿勢
10	プレゼン演習準備	各自でプレゼンするためのPowerPointを作成する。
11	プレゼン演習1-①	各自にプレゼンを行ってもらい、評価、改善点を把握する。
12	プレゼン演習1-②	各自にプレゼンを行ってもらい、評価、改善点を把握する。
13	プレゼン演習2-①	1回目のプレゼンを改良して、各自にプレゼンを行ってもらい、評価、改善点を把握する。
14	プレゼン演習2-②	1回目のプレゼンを改良して、各自にプレゼンを行ってもらい、評価、改善点を把握する。
15	総括	プレゼンテーションの結果発表、評価と再考、よりよいプレゼンテーションに向けて

科目コード	28112			区分	専門基礎科目				
授業科目名	ビジネスデータ分析			担当者名	池田 佳代				
配当年次	2	開講学期	後期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

<授業の概要>

本科目では、ビジネス上の意思決定で大きな役割を果たすデータ解析について学ぶ。平均値、最頻値、中間値、分散、標準偏差などデータ解析における基本的な概念から学び、データ間の関係性を分析する相関係数の考え方、データによる因果関係性を分析する回帰分析等を学ぶ。そしてこれらの統計分析とビジネス上での意思決定がどのように関係しているかを理解する。

<授業の到達目標>

国家試験である「ITパスポート試験」のストラテジ分野が試験合格レベルに達成するような力をつけることが目標である。

<授業の方法>

教科書を中心に、財務、法務、経営戦略など経営全般に関する基本的な考え方、特徴などを理解する。さらに、教科書内の「ITパスポート試験」問題を理解した上で、教科書にない過去問題に触れて知識の定着をはかる。

当該講義は「ITパスポート試験」のストラテジ分野知識の修得が目標である。毎週、小テストを実施していくことで、理解度を自ら確認していく。

教科書を補う配布資料はDropbox、ユニパを活用して情報共有を行う。

<準備学習（予習・復習等）>

毎回、前回の授業内容の範囲の小テストを行う。従って、前回の授業範囲の復習が必要となる。ITパスポート試験の問題ができることが最低限必要な学習であるが、問題ができるためにはその範囲の内容理解も必要であることから、最低でも1時間の復習時間は必要である。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

ターゲットとしているITパスポートは、ITを活用するすべての社会人・学生が備えておくべきITに関する基礎的な知識が証明できる国家試験である。この知識を修得していくことで、現実の課題に対し、経営活動での知識や情報をもとに論理的・数量的に分析する力、戦略的に問題解決に向けた意思決定をする力を身に付ける。

また、社会や企業活動、経済活動に必要な情報を収集し、課題解決のため意見を交わし提案するコミュニケーション能力を身に付ける科目である。

<成績評価方法>

積極的な受講態度 20%、小テスト 40%、定期試験 40%

毎回、前回の授業内容の範囲の小テストを行う。小テストは答案用紙のみ回収し、すぐに答えの解説を行う。

<教科書>

富士通エフ・オー・エム株式会社(2018.1.5)「ITパスポート試験 対策テキスト&過去問題集 平成30-31年度版(よくわかるマスター)」富士通FOM 2,376円

<参考書>

noa出版(2014)「活用事例でわかる!統計リテラシー ~数学が苦手でも大丈夫!~」noa出版 1,800円

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	オリエンテーション	授業計画、ITパスポートの概要
2	企業活動 経営・組織	企業活動や経営管理に関する基本的な考え方
3	企業活動 オペレーションリサーチ・インダストリアルエンジニアリング1	業務の把握
4	企業活動 オペレーションリサーチ・インダストリアルエンジニアリング2	業務分析と業務計画
5	企業活動 オペレーションリサーチ・インダストリアルエンジニアリング3	意思決定・問題解決手法
6	企業活動 会計・財務	企業活動や経営管理に関する会計と財務の基本的な考え方
7	法務1	知的財産権、セキュリティ関連法規、労働関連法規、取引関連法規
8	法務2	コンプライアンス、コーポレートガバナンス、標準化
9	経営戦略マネジメント1	経営戦略手法、マーケティング
10	経営戦略マネジメント2	ビジネス戦略立案、経営管理システム
11	技術戦略マネジメント	技術開発戦略、技術開発戦略
12	ビジネスインダストリ	ビジネスシステム、エンジニアリングシステム、e-ビジネス、民生機器・産業機器
13	システム戦略	情報システム戦略、業務プロセス、ソリューションビジネス、システム活用促進・評価
14	システム企画	システム化計画、要件定義、調達計画・実施
15	まとめ	対象範囲の復習、質疑応答

科目コード	28113				区分	専門基礎科目			
授業科目名	プロジェクト研究				担当者名	堀上 明			
配当年次	2	開講学期	後期	単位数	2	授業方法	演習	卒業要件	選択

<授業の概要>

本科目では、「社会調査」や「マーケティング」に関するプロジェクトテーマに沿った研究活動について、教員による指導を行う。学生は、ディスカッション・ディベート・プレゼンテーション・フィールドワーク・プロジェクト等の体験的学習を通じて、現代社会における問題の発見やその解決策を探るための基礎力を養い、教員からのフィードバックを最終結果に反映させながら、問題設定の考え方、問題の解決策、結果発表等のスキルを身につける。

<授業の到達目標>

手法や技術の学習と実習により「社会調査」や「マーケティング」に関するプロジェクトを行うための基本的な知識と実践方法を習得する。受講生が持つ対象フィールドへの問題意識に対して、調査計画を立て、調査を行い、結果をまとめ、発表ができるような力をつけることが目標である。

<授業の方法>

実践的なプロジェクト研究活動方法を身につけるために、身近なフィールドの観察と記録、クラスメートインタビュー等を行いフィールドワークを体験し、問題意識を持った現地調査の計画を立て、実施し、調査報告を行う。グループワーク、グループディスカッション、クラスディスカッションを実施し、授業課題に取り組む。ディスカッションの内容は、授業内における発表等にてクラス内で共有する。グループワーク、グループディスカッション、クラスディスカッションでは、ノートパソコンを使用し、調査、ディスカッション結果のまとめ、課題の解答作成等を実施する。成果物は、ユニバーサルパスポート、DropBox等を活用し、クラス内で共有する。

<準備学習（予習・復習等）>

調査テーマ設定、調査準備、調査、調査後のデータ集計や調査報告作成等、授業時間外での活動が必要になる場合がある。グループ活動への積極的な関与を求める（所要時間は調査内容によって異なる）。演習毎に授業時間外のレポート作成が必要となる（発表時は半日から数日程度）。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

グループによる調査活動を通じて、企業活動、経済活動に必要な情報を収集し、課題解決のため意見を交わし提案するコミュニケーション能力を身につける。

<成績評価方法>

授業態度 20%、調査報告（中間報告含む）40%、定期試験 40%
（調査報告については都度評価コメントを付す）

<教科書>

大谷信介・木下栄二・後藤範章・小松 洋（2013）「新・社会調査へのアプローチ 論理と方法」ミネルヴァ書房

<参考書>

特になし

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	ガイダンス	授業の進め方、プロジェクト研究の概要。
2	社会調査の基礎 1	社会調査の概要（テーマ決め、方法の選択、調査結果のまとめ）。
3	社会調査の基礎 2	調査・分析方法。
4	グループ編成とテーマ決め	グループ編成をおこない、各グループごとにテーマを決める。
5	調査計画の策定	グループで調査計画を検討し、まとめる。
6	中間報告 1（調査計画）	調査計画を発表し、計画の実現性をクラスで検討する。
7	調査計画の修正 1	中間報告での結果を踏まえ、調査計画を修正する。
8	調査準備 1	調査票を作成する等、調査準備を実施する。
9	調査 1	グループでインタビュー、フィールドノートの作成等、調査を実施する。
10	中間報告 2（調査経過報告）	調査の中間結果を発表し、修正点をクラスで検討する。
11	調査計画の修正 2	中間報告 2 の結果を踏まえ、調査計画を修正する。
12	調査 2	グループでインタビュー、フィールドノートの作成等、調査を実施する。
13	データ分析、調査報告作成 1	調査結果分析する。
14	データ分析、調査報告作成 2	調査結果をまとめる。
15	調査報告発表	各グループの調査報告をプレゼンテーション形式で行う。

科目コード	28115			区分	専門基礎科目				
授業科目名	プロジェクト研究（社会調査系）			担当者名	池田 佳代・沼田 秀穂				
配当年次	2	開講学期	後期	単位数	2	授業方法	演習	卒業要件	選択

＜授業の概要＞

本科目では、「社会調査」や「マーケティング」に関するプロジェクトテーマに沿った研究活動について、教員による指導を行う。学生は、ディスカッション・ディベート・プレゼンテーション・フィールドワーク・プロジェクト等の体験的学習を通じて、現代社会における問題の発見やその解決策を探るための基礎力を養い、教員からのフィードバックを最終結果に反映させながら、問題設定の考え方、問題の解決策、結果発表等のスキルを身につける。

＜授業の到達目標＞

「社会調査士」の資格を取得するための必須科目（F科目）である。
手法や技術の学習と実習により「社会調査」や「マーケティング」に関するプロジェクトを行うための基本的な知識と実践方法を習得する。受講生が持つ対象フィールドへの問題意識に対して、調査計画を立て、調査を行い、結果をまとめ、発表ができるような力をつけることが目標である。

＜授業の方法＞

実践的なプロジェクト研究活動方法を身につけるために、まず身近なフィールドの観察と記録、クラスメートインタビューを行いフィールドワークを体験する。その体験をいかし、問題意識を持った現地調査の計画を立て、実施し、調査報告を行う。

チームで活動する。企業や店舗の実課題に対して、企業やフィールドへ出かけていき、ヒアリング、質的・量的調査・分析を行いながら、課題解決の提案、実際の解決活動を行う。キックオフミーティング、中間、最終のプレゼンテーションを実施していく。

Dropbox、ユニパを活用しながらチーム内における収集データ、分析データの情報共有、プレゼンデータの共同作成を行っていく。演習時にはPCの持ち込みが必須である。

＜準備学習（予習・復習等）＞

グループでの調査実施を行うため、調査準備や、調査後のデータ集計や調査報告作成については、授業時間外での活動が必要になる場合が想定される。グループ活動への積極的な関与を求める。

演習毎に授業時間外のレポート作成が必要となる（毎週最低でも準備に1時間の予習時間、調査のまとめに1時間の復習時間が必要）。

＜卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連＞

社会や企業や社会の活動に対する活動、経済活動に必要な情報を収集し、調査・分析作業を通じて課題解決のため意見を交わし提案するコミュニケーション能力および、企業活動の中における現実の課題に対し、知識や情報をもとに論理的・数量的に分析する力、戦略的に問題解決に向けた意思決定をする力を身につける科目である。

＜成績評価方法＞

授業への積極的な取り組み 30%、調査報告 20%、レポート 50%

6回以上の欠席は評価対象外とする。提出課題は、ユニパの「課題管理」に提出が必要。これは、演習内容の理解と進捗を確認するものである。理解ミスや不足点を各自にユニパの「課題管理」上でコメントを返す。また、次週の演習冒頭で宿題・進捗に対するコメントをフィードバックし、理解度と調査内容の完成度を高めていく。

＜教科書＞

特になし

＜参考書＞

佐藤郁哉（2006）「フィールドワークの技法－問いを育てる、仮説をきたえる」新曜社 3,132円

大谷信介 他（2013）「新・社会調査へのアプローチ－論理と方法」ミネルヴァ書房 2,700円

日経ビジネス編集部「日経ビジネス」日経BP社（定期購読誌）

＜授業計画＞

回	テーマ	授業内容
1	オリエンテーション	授業計画、フィールドワークの概要
2	フィールドワークとは何か	社会調査の種類、フィールドワークの位置づけ
3	フィールドワーク事例紹介	実際のフィールドワーク事例を元に、どのような調査手法や技術を用いているかを考える
4	フィールドワークの技術	観察とフィールドノート
5	フィールドの観察と記録	学内または学外を観察し記録する実習を行う
6	フィールドの観察と記録の報告	実習の報告を行う
7	クラスメートインタビュー演習1	面接調査と記録に関する実習
8	クラスメートインタビュー演習2	インタビュー結果を文字化しまとめる
9	問題意識と調査の企画	現地調査を行うための問題意識と仮説設定をグループワークで行う
10	調査票の作成	現地調査のための調査票を作成する
11	調査地での調査1	グループでインタビュー、フィールドノートの作成を行う
12	調査地での調査2	グループでインタビュー、フィールドノートの作成を行う
13	データ分析、調査報告作成1	調査結果分析する
14	データ分析、調査報告作成2	調査結果をまとめる
15	調査報告発表	各グループの調査報告をプレゼンテーション形式で行う

科目コード	3G100			区分	コア科目				
授業科目名	現代経営論			担当者名	堀上 明				
配当年次	1	開講学期	後期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

＜授業の概要＞

本科目では、近年の企業経営にみられる特徴や諸問題を取り上げ、商品のライフサイクルの短縮に伴う商品開発の在り方、原材料の価格高騰、社会的責任の内容の変化、企業再編等について学ぶ。授業では毎時間テーマを決め、それに合わせて学生に課題を与えてグループ・ディスカッションを行う。これにより、問題解決・問題発見能力を養うとともに、知性と感性に溢れた人材の育成を図る。

＜授業の到達目標＞

①現代社会における経営活動の基本的内容を理解する。②正解のない課題に対して、自分なりの解を見出すことができる。③自分の考えを文章や発言で正確に伝えることができる。

＜授業の方法＞

現代社会における経営活動の概要と課題について、日経ビジネスの具体事例を通じて学修する。事前準備、授業での発表、授業後のレポート、ディスカッションにより理解を深める。15回の授業のうち1回は日経B P社による特別授業を実施する。

グループワーク、グループディカッション、クラスディカッションを実施し、授業課題に取り組む。ディスカッションの内容は、授業内における発表等にてクラス内で共有する。

グループワーク、グループディカッション、クラスディカッションでは、ノートパソコンを使用し、調査、ディスカッション結果のまとめ、課題の解答作成等を実施する。成果物は、ユニバーサルパスポート、DropBox等を活用し、クラス内で共有する。

＜準備学習（予習・復習等）＞

事前学習：日経ビジネスを読み疑問点を整理する、事前課題など（1時間程度）。

事後学習：振り返り、ノート整理、事後課題など（1時間程度）。

＜卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連＞

日経ビジネスに掲載されている記事の理解を通して総合力を磨き、新たな課題に対応できる社会人（課題を見つける力、創造的思考力、コミュニケーション能力）を身につける。

＜成績評価方法＞

授業態度 20%、課題 40%、定期試験 40%

（課題については評価結果を記入して返却する）

＜教科書＞

日経B P社「日経ビジネス」日経B P社

＜参考書＞

特になし

＜授業計画＞：日経ビジネスの掲載内容によっては毎週の内容は変更となる。

回	テーマ	授業内容
1	ガイダンス	授業の進め方、発表方法・課題の提出方法、成績評価方法等の説明。
2	経営理念	会社経営の理念と仕組みを理解する。
3	新商品ビジネス	新商品開発ビジネスについて理解する。
4	商品販売ビジネス	小売りビジネスについて理解する。
5	日経B P社による特別授業	内容は別途連絡します。実施時期は変更する可能性があります。
6	企業の国際化	企業の国際化のプロセスについて理解する。
7	金融	金融の意義と役割について理解する。
8	I T経営	I T経営について理解する。
9	中小企業	中小企業をめぐる諸問題について理解する。
10	環境ビジネス	環境ビジネスについて理解する。
11	C S Rとダイバーシティ	C S Rとダイバーシティマネジメントについて理解する。
12	産学連携ビジネス	産学連携ビジネスについて理解する。
13	ビジネスの成功要因	ビジネスの成功要因について考える。
14	ビジネスの失敗要因	ビジネスの失敗要因について考える。
15	ビジネス・リーダーの条件	ビジネス・リーダーの条件について考える。

科目コード	3G101			区分	コア科目				
授業科目名	経営管理論			担当者名	堀上 明・藤森 友明				
配当年次	2	開講学期	前期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

＜授業の概要＞

本科目では、人・物・金・情報といった経営資源を、組織の目標達成にむけて効果的に調整・統合するための管理方法についての主要な理論と実践について学ぶ。これにより、経営活動の効果的な実践方法に関する知識と技術を習得することを目標とする。また、経営管理論の先行研究を学ぶことで、現代企業の経営管理の展開や在り方について考える能力を養うことをねらいとする。

＜授業の到達目標＞

①経営管理論の基本的内容を理解する。②経営における正解のない課題に対して、経営管理論の視点から自分なりの解を見出すことができる。③自分の考えを文章や発言で正確に伝えることができる。

＜授業の方法＞

教科書をベースに経営管理論の基礎を理解する。テーマごとに事前・事後に設定された課題を解き、発表・報告する。グループディカッションやクラスディカッション等により理解を深める。事後課題を課す場合がある。グループワーク、グループディカッション、クラスディカッションを実施し、授業課題に取り組む。ディスカッションの内容は、授業内におけるプレゼンテーションにてクラス内で共有する。グループワーク、グループディカッション、クラスディカッションでは、ノートパソコンを使用し、調査、ディスカッション結果のまとめ、課題の解答作成等を実施する。成果物は、ユニバーサルパスポート、DropBox等を活用し、クラス内で共有する。

＜準備学習（予習・復習等）＞

- ・事前学習：教科書をあらかじめ読み、疑問点を整理しておく。事前課題を解く。週1～2時間程度必要。
- ・事後学習：授業で習ったことの振り返り、ノート整理、事後課題など週1～2時間程度必要。

＜卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連＞

経営学の中心科目のひとつである本科目の履修により、広く経営に関わる専門知識・技能を習得する。習得したスキルを活用して、企業に関連する社会現象を分析・理解し、新たな戦略を創造・提案できる能力を身につける。

＜成績評価方法＞

授業態度 20%、課題 40%、定期試験 40%
 (課題については評価結果を記入して返却する。)

＜教科書＞

上野恭裕・馬場大治 (2016)「経営管理論」中央経済社

＜参考書＞

「日経ビジネス」日経BP社

＜授業計画＞

回	テーマ	授業内容
1	ガイダンス	経営管理論の概要と、授業の進め方、評価方法の説明。
2	企業とは	企業と会社、株式会社。
3	マネジメント	科学的管理法、人間関係論。
4	組織	個人と組織、組織の存続条件、意思決定。
5	モチベーション	モチベーションとは、実体理論、プロセス理論。
6	リーダーシップ	リーダーシップの各論。
7	組織構造	組織構造の基礎、組織形態。
8	組織文化	組織文化の基礎。
9	経営組織の環境適応	環境適応の必要性。
10	経営戦略	経営戦略の基礎。
11	競争戦略	競争優位、ポジショニング・アプローチ、経営資源アプローチ。
12	イノベーション	イノベーションの基礎とメカニズム。
13	人のマネジメント	人のマネジメントの基礎、特殊性、日本の経営と人のマネジメント。
14	生産管理	生産管理とその日本的特徴。
15	コーポレート・ガバナンス	財務管理、コーポレート・ガバナンス、資本調達。

科目コード	3G102			区分	コア科目				
授業科目名	経営組織論			担当者名	堀上 明・藤森 友明				
配当年次	2	開講学期	後期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

＜授業の概要＞

本科目では、企業全体の経営のための組織について体系的に学修する。それにより、企業に見合った組織デザインの方法や組織運営に関わる知識と技術を養う。また、組織運営を行う際に必要となる「動機づけ」や「リーダーシップ」に関する理論、「個人の欲求」に関する理論等学習することで、学生が組織で働くことの意味を理解し、自分に合った働き方を考える際の一助となるようにする。

＜授業の到達目標＞

①経営組織論の基本的内容を理解する。②組織における正解のない課題に対して、経営組織論の視点から自分なりの解を見出すことができる。③自分の考えを文章や発言で正確に伝えることができる。

＜授業の方法＞

教科書をベースに経営組織論の基礎を理解する。テーマごとに事前・事後に設定された課題を解き、発表・報告する。グループディカッションやクラスディカッション等により理解を深める。事後課題を課す場合がある。グループワーク、グループディカッション、クラスディカッションを実施し、授業課題に取り組む。ディスカッションの内容は、授業内におけるプレゼンテーションにてクラス内で共有する。グループワーク、グループディカッション、クラスディカッションでは、ノートパソコンを使用し、調査、ディスカッション結果のまとめ、課題の解答作成等を実施する。成果物は、ユニバーサルパスポート、DropBox等を活用し、クラス内で共有する。

＜準備学習（予習・復習等）＞

- ・事前学習：教科書をあらかじめ読み、疑問点を整理しておく。事前課題を解く。週1～2時間程度必要。
- ・事後学習：授業で習ったことの振り返り、ノート整理、事後課題など週1～2時間程度必要。

＜卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連＞

経営学の中心科目のひとつである本科目の履修により、広く経営に関わる専門知識・技能を習得する。習得したスキルを活用して、企業に関連する社会現象を分析・理解し、新たな戦略を創造・提案できる能力を身につける。

＜成績評価方法＞

授業態度 20%、課題 40%、定期試験 40%
 （課題については評価結果を記入して返却する。）

＜教科書＞

稲葉祐之、井上達彦、鈴木竜太、山下 勝（2010）「キャリアで語る経営組織—個人の論理と組織の論理」有斐閣

＜参考書＞

「日経ビジネス」日経BP社

＜授業計画＞

回	テーマ	授業内容
1	ガイダンス	経営組織論の概要と、授業の進め方、評価方法の説明。
2	組織とは何か	組織の基礎。
3	キャリア	個人の欲求と会社の目的。
4	組織社会化と組織文化	組織社会化、リアリティショックとRJP、組織文化。
5	モチベーション	仕事に対する欲求、動機付け。
6	キャリア開発	人事管理・人事異動、キャリア・マネジメント
7	管理者行動	管理者の役割と管理者行動。
8	集団のダイナミズム	意思決定、集団の意思決定。
9	コンフリクト・マネジメント	コンフリクト、ダイバシティ・マネジメント
10	組織デザイン	分業、タスクの調整、階層設計。
11	環境マネジメント	制度、市場、利害者集団。
12	組織変革	組織変革、変革型ミドル、経営スタイル。
13	経営理念	経営者のビジョン、経営者の役割。
14	経営にできること	企業の長期存続、コンプライアンス、CSR。
15	リーダーシップ	リーダーシップの基礎、リーダーとリーダーシップ。

科目コード	3G110				区分	コア科目			
授業科目名	企業経営実践論 I				担当者名	安達 明久・藤野 明彦			
配当年次	2	開講学期	前期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

<授業の概要>

本科目では、経営学の各科目で学んだ知識と技術について、実学として生かしていくことをねらいとする。そのため、毎年、企業経営でトピックとなっている最新のテーマを設定する。実務経験を積んだ教員を軸として、企業経営者等のゲストスピーカーらによる「生きた企業経営」に直に触れながら、そのテーマに関する実践的な内容の理解を深めるとともに、様々な業界の実態・課題や今後の方向性について探求する。また、実社会での経営手法やノウハウ等を学ぶことによって、学生の進路探索への意欲の向上にもつなげる。

<授業の到達目標>

業界の専門家、企業経営者等の特別講義を通じて、次の3点を達成することを目標とする。

- ① 主要産業の発展の経緯、現状、動向と課題を説明することができる
- ② 当該産業の主要企業に関する概要（歴史や現状、経営戦略等）、求められる人材像を説明することができる

<授業の方法>

- ① 本科目では、業界の専門家、企業経営者等をゲストスピーカーとして迎え、毎回テーマに対応した実践的な講義を行う。
- ② ゲストスピーカーと受講生との質疑応答などを通じて、テーマ内容の理解深化を図る。
- ③ 必要に応じて、ゲストスピーカーに替えて、画像や映像資料などでの経営実践事例紹介も行う。
- ④ 毎回のテーマに関する事前学習を義務付けるとともに、講師との自由な積極的な質疑応答、意見交換の場を確保する。
- ⑤ ゲストスピーカーとも協議し、グループ討議や発表、講評等を採用し、可能な限り講義を展開する。

<準備学習（予習・復習等）>

- ① 予習：毎回のテーマに応じて事前に関連資料等をWEB上に示すほか、関連参考書を事前に指定するので、必ず事前に準備学習を行い、講義に臨む必要がある。（1.5～2時間）
- ② 復習：前半と後半に各1回、講義内容に関するレポート作成を課すので、講義内容に関するノート作成（要約整理）作業が必要である。（1時間程度）

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

- ① 専門家、企業経営者の講義を通じて、広く経営に関わる専門知識・技能を修得し、企業に関連する社会現象を分析・理解し、新たな戦略を創造・提案できる能力を身に付けている。
- ② 各回テーマに関するゲストスピーカーの講義と、総合的な学習経験で得られる知識を連動させ、新たな課題に対応できる社会力（課題を見つける力、創造的思考力、コミュニケーション能力）を身に付けている

<成績評価方法>

- ① 授業参加態度 40%
- ② 中間レポート 30%
- ③ 期末レポート 30%

<教科書>

教科書は指定しない。毎回事前にゲストスピーカーの指示する事前学習課題をWEB上に掲載する。

<参考書>

特になし

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	授業のオリエンテーション	講義の進め方のガイダンスおよび履修上の注意説明。予定されるゲストスピーカーの紹介。
2	第3回～第7回のゲストスピーカーの担当テーマに関する事前学習	資料収集と整理要約、発表
3	ゲストスピーカーA氏による講義	*ゲストスピーカーの登壇回は適宜変更があり得る エネルギー産業：歴史、現状、動向と課題、主要企業の概要、求められる人材像①
4	ゲストスピーカーB氏による講義	新聞業界：同上
5	ゲストスピーカーC氏による講義	保険業界：同上
6	ゲストスピーカーD氏による講義	中食産業：業界の概要、我社の歴史と現状、同業他社との比較した特徴、経営理念と経営戦略、求める人材像①
7	ゲストスピーカーE氏による講義	スポーツ用品業界：同上
8	ゲストスピーカーF氏による講義	オフィス用品産業：同上
9	中間まとめ	中間レポートの作成と発表：全6講義の内容の要約、次回講義に向けての質問事項の整理
10	ゲストスピーカーA氏による講義	エネルギー産業：歴史、現状、動向と課題、主要企業の概要、求められる人材像②
11	ゲストスピーカーB氏による講義	新聞業界：同上
12	ゲストスピーカーD氏による講義	中食産業：業界の概要、我社の歴史と現状、同業他社との比較した特徴、経営理念と経営戦略、求める人材像②
13	ゲストスピーカーE氏による講義	スポーツ用品業界：同上
14	ゲストスピーカーF氏による講義	中食産業：同上
15	全体のまとめ	期末レポートの作成と発表：全11講義の内容の要約、自身の進路選択に関する意見等

科目コード	3G112			区分	コア科目				
授業科目名	ビジネス特別講義 I			担当者名	安達 明久				
配当年次	2	開講学期	後期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

＜授業の概要＞

企業を取り巻く環境はめまぐるしく変化している。本科目では、こうした環境の変化に適応すべく、経営学の立場から企業経営を考える。消費者需要の変化の分析、それに対する企業の機敏性、先進性、革新性を考察し、企業に求められる人材能力等、サービスに関わる内容について実学を意識した講義を展開する。実際に社会で活躍されている企業人をゲストスピーカーに迎え、現代の日本企業を様々な視点から理解するとともに、今後の発展的課題を明らかにしていく。

＜授業の到達目標＞

「経営分析」の観点から企業経営を捉え、日本の代表的産業、企業の初歩的経営分析を通じて、企業経営や業界に関する視野拡大と実践的マネジメント力の涵養を目指す。具体的には、次の2点を到達目標とする。

- ① 企業経営・業界分析の基礎的手法を修得し、主要な分析手法の内容を説明することができる
- ② 上記の知識を基に、主に次の7つの企業と当該企業が属する産業に関する分析を行い、その結果を論理的に説明できる
アシックス（スポーツ用品）、シャープ（電機産業）、ファーストリテイリング（アパレル）、ソフトバンク（通信）、アップル（IT）、ファジアーノ岡山（スポーツビジネス）

＜授業の方法＞

- ① 毎回授業の冒頭20分程度で、前回授業のまとめと、簡単な小テストを行う。
- ② 当該回の課題を教員から提示する。受講生は、各自で事前配布資料等のほか、受講生同志の意見交換等を通じて解答を考え教員の指名に応じて発表を行う。基礎的事項の逐条解説は必要最小限に留めるので、受講生は質疑応答、教員のコメント等を通じて、当該回の基本的事項の整理要約、理解深化に努める方式をとる。
- ③ 授業の最後の10分程度で、理解度確認のための小テストを実施する。
各回授業においては、受講生の事前学習を前提として、設定課題に対する受講生の発表、教員との質疑応答に重点をおいた授業方式をとり、基礎的事項の逐条解説は必要最小限に留める。
Web上に毎回授業の関連資料、参考書リスト等を事前掲示する。

＜準備学習（予習・復習等）＞

- ① 事前にWeb掲載する講義資料、参考書等を基に予習を行い、授業冒頭で提示する課題解答への準備を行っておくことが必要である。（予習：1～1.5時間）
- ② 次回講義の冒頭で前回授業の確認の後、理解度確認のための小テストを行うので、正答できるよう講義資料を復習すること。（復習：0.5時間程度）

＜卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連＞

- ① 現実の企業経営の課題に対し、経営分析の知識や各種情報をもとに論理的・数量的に分析する力、戦略的に問題解決に向けた意思決定をする力を身に付けている。
- ② 経営分析に関わる専門知識・技能を備え、企業経営に関連する社会現象を分析・理解し、新たな戦略を創造・提案できる能力を身に付けている。

＜成績評価方法＞

- ① 各回小テスト結果 30% ② 各回受講態度（発表、質疑応答等）40% ③ 定期試験 30%

＜教科書＞

講義資料を事前にWeb掲示し、教科書は指定しない。以下は主要な参考書である。

＜参考書＞

- 川口 勉 (2010)「Q&A経営分析の実際 第4版（日経文庫）」日本経済新聞出版社 *購入することを強く推奨する
 鬼塚喜八郎 他 (2001)「念じ、祈り、貫く一求める心が成功を導く（なにお塾叢書）ブレーンセンター
 湯之上 隆 (2012)「電機・半導体」大崩壊の教訓」日本文芸社
 斎藤孝浩 (2018)「ユニクロ対ZARA（日経ビジネス人文庫）」日経新聞出版
 井上篤夫 (2015)「志高く 孫正義正伝 新版（実業之日本社文庫）」実業之日本社

＜授業計画＞

回	テーマ	授業内容
1	経営分析の基礎①	授業概要、および経営分析の全体像、具体事例
2	経営分析の基礎②	経営分析のフレームワーク（3つの視点、格付け、3つの財務指標）
3	戦略①：業界シェアと地位	アシックス、ナイキなど（スポーツ用品産業）
4	戦略②：PPM分析と資源配分	ソフトバンク、NTT、KDDI（通信業界）
5	戦略③：ポジショニング図と2つのマーケティング手法	アップルなど
6	経営者①：経営理念の役割	シャープ、オリエンタルランドなど
7	経営者②：イノベーションのジレンマ	シャープ、東芝、サムスンなど（電機電子産業）
8	経営者③：株主と経営者、ガバナンス構造	デサント、アシックス、楽天、ソフトバンク、ファーストリテイリング、日産、トヨタなど（日本の代表的大企業）
9	外部講師による特別講義①	大手電子部品産業の経営者による講話
10	資源①：ビジネスモデル	ファーストリテイリング、しまむら、オンワード、INDITEX
11	資源②：M&Aによる資源獲得	ソフトバンク
12	資源③：成長戦略と資金調達	ソフトバンクとファーストリテイリング
13	資源④：非営利組織の資源調達	ファジアーノ岡山
14	外部講師による特別講義①	経営分析の専門家による講話
15	全体授業のまとめ総括	経営分析の基礎的手法の整理要約と、事例の振り返り

科目コード	3G111			区分	コア科目				
授業科目名	企業経営実践論Ⅱ			担当者名	安達 明久・藤野 明彦				
配当年次	3	開講学期	前期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

＜授業の概要＞

本科目では、「企業経営実践論Ⅰ」の発展として、様々な業界の実態と課題や今後の方向性・将来性を探究する。実務経験を積んだ教員を軸として、企業経営者等のゲストスピーカーらによる「生きた企業経営」に触れながら、学生の業界への関心と実社会の現状に対する認識を高めることを狙いとする。「業界を知る、企業を知る」をテーマとして、事前に業界研究を行うことによって、学生の業界・企業研究への探究心を養う。グループワークや発表形式を取り入れながら、多角的視点で物事を考える能力を育成する。

＜授業の到達目標＞

業界の専門家、企業経営者等の特別講義を通じて、次の3点をさらに強化・深化し達成することを目標とする。

- ① 主要産業の発展の経緯、現状、動向と課題を説明することができる
- ② 当該産業の主要企業に関する概要（歴史や現状、経営戦略等）、求められる人材像を説明することができる

＜授業の方法＞

本科目では、業界の専門家、企業経営者等をゲストとして迎え、毎回テーマに応じた講義とグループワーク、課題発表、討議等を実施する。ゲストスピーカーと受講生との質疑応答などを通じて、テーマ内容の理解深化を図る。

- ① 毎回のテーマに関する事前学習を義務付けるとともに、講師との自由な積極的な質疑応答、意見交換の場を確保する
- ② ゲストスピーカーとも協議し、グループ討議や発表、講評等を採用し、可能な限り展開する

＜準備学習（予習・復習等）＞

- ① 予習：毎回のテーマに応じて事前に関連資料等をWEB上の掲示するほか、関連参考書を事前に指定するので、必ず事前に準備学習を行い、講義に臨む必要がある。（1.5～2時間）
- ② 復習：前半と後半に各1回、講義内容に関するレポート作成を課すので、講義内容に関するノート作成（要約整理）作業が必要である。（1時間程度）

＜卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連＞

- ① 専門家、企業経営者の講義やグループ討議等を通じて、広く経営に関わる専門知識・技能を修得し、企業に関連する社会現象を分析・理解し、新たな戦略を創造・提案できる能力を身に付けている。
- ② 各回テーマに関するゲストスピーカーの講義と課題発表、さらに総合的な学習経験で得られる知識を連動させ、新たな課題に対応できる社会人力（課題を見つける力、創造的思考力、コミュニケーション能力）を身に付けている

＜成績評価方法＞

- ① 授業参加態度 40%
- ② 中間まとめ（2回） 30%
- ③ 期末レポート 30%

＜教科書＞

教科書は指定しない。毎回事前にゲストスピーカーの指示する事前学習課題をWEB上に掲載する。

＜参考書＞

特になし

＜授業計画＞

回	テーマ	授業内容
1	授業のオリエンテーション	講義の進め方のガイダンスおよび履修上の注意説明。予定されるゲストスピーカーの紹介。
2	第3回～第7回のゲストスピーカーに関する事前学習	*ゲストスピーカーの登壇回は適宜変更があり得る
3	ゲストスピーカーA氏による講義と課題提示	エネルギー産業
4	ゲストスピーカーB氏による講義と課題提示	新聞業界
5	提示課題に関する中間まとめと発表①	エネルギー産業と新聞業界
6	ゲストスピーカーD氏による講義と課題提示	中食産業
7	ゲストスピーカーE氏による講義と課題提示	スポーツ用品業界
8	ゲストスピーカーF氏による講義と課題提示	オフィス用品産業
9	提示課題に関する中間まとめ発表②	中食産業、スポーツ用品業界、オフィス用品業界
10	ゲストスピーカーA氏による講義と学生の発表、講評	エネルギー産業
11	ゲストスピーカーB氏による講義と学生の発表、講評	新聞業界
12	ゲストスピーカーD氏による講義と学生の発表、講評	中食産業
13	ゲストスピーカーE氏による講義と学生の発表、講評	スポーツ用品業界
14	ゲストスピーカーF氏による講義と学生の発表、講評	中食産業
15	全体のまとめ	期末レポートの作成と発表：全11講義の内容の要約、自身の進路選択に関する意見等

科目コード	3G113			区分	コア科目				
授業科目名	ビジネス特別講義Ⅱ			担当者名	安達 明久				
配当年次	3	開講学期	後期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

＜授業の概要＞

本科目では、「ビジネス特別講義Ⅰ」の学びをさらに深め、近未来の日本経済を拓くため、実際に社会で活躍されている企業人をゲストスピーカーに迎えて、「実践的マネジメント」に触れながら、変容を続ける日本企業について、企業拡大や企業再編、グローバル化等の様々な視点に立って、現状や実態を理解するとともに、今後の発展課題を明らかにしていく。

＜授業の到達目標＞

「ビジネス文化」、「事業創造」の2つの観点から企業経営を捉え、具体的な事例の分析・討議を通じて、企業経営に関する視野拡大と実践的マネジメント力の涵養を目指す。具体的には、次の2点を目標とする。

- ① 主要国のビジネス文化の特徴を理解するための基礎的視点と、マネジメントスタイルとの対応関係の理解
- ② 事業創造におけるマーケティング手法、事業計画策定方法と意義役割の理解

＜授業の方法＞

- ① 毎回授業の冒頭20分程度で、前回授業のまとめと、簡単な小テストを行う。
 - ② 当該回の課題を教員から提示する。受講生は、各自で事前配布資料等のほか、受講生同志の意見交換等を通じて解答を考え教員の指名に応じて発表を行う。基礎的事項の逐条解説は必要最小限に留めるので、受講生は質疑応答、教員のコメント等を通じて、当該回の基本的事項の整理要約、理解深化に努める方式をとる。
 - ③ 授業の最後の10分程度で、理解度確認のための小テストを実施する。
- 各回授業においては、受講生の事前学習を前提として、設定課題に対する受講生の発表、教員との質疑応答に重点をおいた授業方式をとり、基礎的事項の逐条解説は必要最小限に留める。
Web上に毎回授業の関連資料、参考書リスト等を事前掲示する。

＜準備学習（予習・復習等）＞

- ① 事前にWeb掲載する講義資料、参考書等を基に予習を行い、授業冒頭で提示する課題解答への準備を行っておくことが必要である。（予習：1～1.5時間）
- ② 次回講義の冒頭で前回授業の確認の後、理解度確認のための小テストを行うので、正答できるよう講義資料を復習すること。（復習：0.5時間程度）

＜卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連＞

- ① 現実の企業経営の課題に対し、経営分析の知識や各種情報をもとに論理的・数量的に分析する力、戦略的に問題解決に向けた意思決定をする力を身に付けている。
- ② ビジネス文化と事業創造に関わる専門知識・技能を備え、企業経営に関連する社会現象を分析・理解し、新たな戦略を創造・提案できる能力を身に付けている。

＜成績評価方法＞

- ① 各回小テスト結果 30%
- ② 各回受講態度（発表、質疑応答等）40%
- ③ 定期試験 30%

＜教科書＞

講義資料を事前にWeb掲示し、教科書は指定しない。以下は主要な参考書である。

＜参考書＞

- G.ホッフステード 他著、岩井八郎 他訳（2013）「多文化世界—違いを学び未来への道を探る 原書第3版」有斐閣
 安達明久 他（2018）「理論と実践 中小企業のマネジメント」中央経済社
 湯崎英彦（2009）「巨大通信ベンチャーの軌跡 ブロードバンドをめぐる攻防」日経BP社
 上野光夫（2016）「事業計画書は1枚にまとめなさい—公庫の元融資課長が教える開業資金らくらく攻略法」ダイヤモンド社

＜授業計画＞

回	テーマ	授業内容
1	ビジネス文化①：権威志向か平等志向か	授業の全体像、ビジネス文化とマネジメントの基礎知識
2	ビジネス文化②：競争志向とマーケティング	某中小製紙メーカーのベトナム進出
3	ビジネス文化③：原則か信頼関係か	ベンチャー企業のシンガポール進出
4	ビジネス文化④：経済発展とビジネス文化	外食産業の中国進出
5	外部講師による特別講義①	大手電子部品メーカー社員のマレーシア赴任
6	事業創造①：ベンチャー企業の基礎知識（意義、成長過程、事業計画、失敗と成功）	地元中小企業経営者による講話 東京めたりっく通信とアッカネット
7	事業創造②：市場創造型マーケティング	アップル、ヤマト運輸、セブンイレブン
8	事業創造③：売上想定（需要アプローチ）	富士市イタリアンレストラン
9	事業創造④：売上想定（供給アプローチ）	富士市イタリアンレストラン
10	事業創造⑤：損益計画	富士市イタリアンレストラン
11	事業創造⑥：資金計画	富士市イタリアンレストラン
12	事業創造⑦：ビジネスプラン（意義と役割）	東京めたりっく通信とアッカネット
13	外部講師による特別講義①	地元中小企業経営者による講話
14	全体授業のまとめ総括	ビジネス文化、事業創造の要点整理、具体事例の振り返り

科目コード	3G202			区分	コア科目				
授業科目名	インターナショナリズム			担当者名	小田 正規				
配当年次	1	開講学期	前期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

＜授業の概要＞

本科目では、19世紀末における労働運動のひとつであるインターナショナリズム（国際主義）について学ぶ。労働者は資本家と対立する構造であると認識し、資本主義における資本家からの搾取による支配に抗うため、国境を越えた労働者の組織運動を目指す過程がインターナショナリズムである。この時期、なぜそのような運動が起きたのか、労働者がその当時目指した社会主義とはどのようなものなのか、インターナショナリズムという概念が現代社会においてはどのような意味を持つのか理解することを目的とする。

＜授業の到達目標＞

拡大するグローバルゼーションの中で、経営者（企業）と労働者の関係は大きく変容してきており、また、外国企業と国家・労働者や、企業の活動領域も国境を越え、企業活動が地球全体にも影響を及ぼすようになってきている。本科目では、歴史的な経緯も踏まえて、グローバル経済下の企業、労働者、国家の関係を理解することを目標とする。

＜授業の方法＞

海外のビジネス事情を学び始めたばかりの学生を対象とする。前半は各回のテーマに沿った内容を配布資料やパワーポイント等を用いて進めるが、後半はクラス内でディスカッションを行いながら理解を深めていく。授業内でグループワークを多く行うことから、履修人数は60名程度を想定している。履修人数が多くなる場合は、抽選で履修を決定する場合がある。

3～4人程度のグループに分かれたグループワークをほぼ毎週行い、特定のテーマについてグループ発表を行いながら、国家や地域で異なる考え方を理解する。

ユニバーサルパスポートを活用した課題の配布、グループ発表のプレゼンテーション資料のDropBoxを通じた共有など、ICTの活用にも努める。

＜準備学習（予習・復習等）＞

海外のビジネス習慣に影響を与える社会情勢に関心を持つようにし、特に理解を深めたい事例については新聞、雑誌、インターネットなどから情報を収集する習慣をつける。各回とも、トピックに応じた情報収集のための予習30分、授業の復習・プレゼンテーション準備に60分をかけることが目度となる。

＜卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連＞

グローバルに拡大している企業活動、市場経済、公的分野に関連する社会現象、市場について分析・理解する能力を身に付ける科目である。特にグローバル化・情報化による多様な環境変化の下、高い倫理観と豊かな教養力で問題解決に向けチームワークを構築する力を身に付ける。

＜成績評価方法＞

授業成果レポート（毎回の授業の理解）50%、プレゼンテーション 50%

授業成果レポートは翌々週に返却する。授業に関する質問は授業の前後及び教員のオフィスアワーで対応する。

＜教科書＞

特になし

＜参考書＞

エマニュエル・トッド（2016.10.13）「グローバリズム以後」朝日新聞出版

成美堂出版編集部「今がわかる時代がわかる 世界地図 2019年版」（2018.11.30）成美堂出版

昭文社地図編集部「なるほど知図帳 世界 2019」（2018.12.4）昭文社

＜授業計画＞

回	テーマ	授業内容
1	イントロダクション	科目の説明、評価方法等、インターナショナリズムとは何かを理解する。
2	世界に目を向ける	自国の常識を疑い、物事を客観的に見る力を獲得する。
3	他国の社会・文化を知る (1)	教育や医療など、社会の基盤となる制度の理解を通じてインターナショナリズムを理解する。
4	他国の社会・文化を知る (2)	企業の成り立ちやビジネス慣習を通じてインターナショナリズムを理解する。
5	世界のタブーを知る	コミュニケーション上のタブーを理解する。
6	グローバルスタンダードの形成	国際機関の創設など、経営者と労働者の関係に関するグローバルスタンダード形成の歴史を理解する。
7	経営者－労働者関係	世界共通の「型」のひとつであるブレインストーミング技術を用いて、経営者と労働者の関係について考える。
8	企業－国家の関係	ブレインストーミング技術を用いて、企業と国家の関係について考える。
9	外国企業－国内労働者の関係	世界共通の「型」のひとつであるディベートの技術を用いて、外国企業と国内労働者の関係について議論する。
10	外国企業－国家の関係	ディベートの技術を用いて、外国企業と国家の関係について議論する。
11	地球環境問題	企業と地球環境の問題を取り上げ、今後の問題の可能性を検討する。
12	グループプレゼンテーション準備	諸外国におけるインターナショナリズムの事例をプレゼンテーションするためのテーマ決定し、素材を探す。
13	グループプレゼンテーション	グループで協力し、諸外国のインターナショナリズムの事例をプレゼンテーションする。
14	新しいインターナショナリズム	インターナショナルな立ち位置を常に意識するために必要な論点を考察する。
15	復習とまとめ	学習内容の復習とまとめ

科目コード	24406			区分	コア科目				
授業科目名	アジア太平洋のビジネス環境 (日本語・英語)			担当者名	小田 正規				
配当年次	1	開講学期	後期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

<授業の概要>

APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) は、18の国と地域からなる協定体である。これらの地域の経済は、世界でもっともダイナミックに展開しておりそのインパクトは大きい。本科目では、アジア太平洋地域（特に、ニュージーランド、オーストラリア、ASEAN諸国を中心）の文化、歴史、教育、政治、経済について幅広く取り扱い、次代を担う若者が、アジア太平洋地域のビジネス環境について目を向けていくことをねらいとする。

<授業の到達目標>

国際経営にとって世界各国の経済・経営環境の理解がいかに重要であるかを理解し、アジア太平洋地域の経営環境や日本企業のアジア戦略、アジア諸国企業の企業構造・成長戦略を理解することを通じて、海外の経済への関心を高める。対象国を様々な視点から理解することで、広い視野で日本経済や日本企業を取り巻く国際経済の動きを理解する。

<授業の方法>

国際機関の発行する英文報告書のトピックや各国を紹介するビデオを用いながら、ディスカッションを行うことで理解を深める。パワーポイントを用いて数人が協力して作り上げるグループ発表（プレゼンテーション）も行う。日本語で行うクラス、英語で行うクラスをそれぞれ開講するが、内容は同一である。授業内でディスカッションを行っていくことから、履修人数は60名程度を想定している。履修人数が多くなる場合は、抽選で履修を決定する場合がある。学年や国籍を越えた3～4人程度のグループに分かれたグループワークをほぼ毎週行い、特定のテーマについてグループ発表を行いながら、アジア太平洋地域におけるビジネス環境の理解を深めていく。ユニバーサルパスポートを活用した課題の配布、グループ発表のプレゼンテーション資料のDropBoxを通じた共有など、ICTの活用に努める。

<準備学習（予習・復習等）>

アジア太平洋地域のビジネスに関心を持つようにし、特に理解を深めたい事例については新聞、雑誌、インターネットなどから情報を収集する習慣をつける。各回とも、アジア太平洋諸国に関する情報収集30分、授業の復習・プレゼンテーション準備に60分をかけることが目度となる。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

グローバルに拡大している企業活動、市場経済、公的分野に関連する社会現象、市場について分析・理解する能力を身に付ける科目である。特にグローバル化・情報化による多様な環境変化の下、高い倫理観と豊かな教養力で問題解決に向けチームワークを構築する力を身に付ける。

<成績評価方法>

授業成果レポート（毎回の授業の理解）30%、プレゼンテーション 30%、定期試験 40%
授業成果レポートは原則翌々週に返却する。授業に関する質問は授業の前後及び教員のオフィスアワーで対応する。

<教科書>

特になし

<参考書>

World Bank Group (2018.10.31) 「Doing Business 2019 Training for Reform」 The World Bank
(http://www.worldbank.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf)
日本貿易振興機構海外調査部 (2018.7.30) 「ジェトロ世界貿易投資報告 2018年版」(2019年度版が公開された後はそちらを使用) 日本貿易振興機構（無料ダウンロード可能：<https://www.jetro.go.jp/world/gtir/2018.html>)
成美堂出版編集部「今がわかる時代がわかる 世界地図 2019年版」(2018.11.30) 成美堂出版
昭文社地図編集部「なるほど図帳 世界 2019 (2018.12.4) 昭文社

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	科目概要説明とガイダンス	この科目の内容と到達目標、評価方法を説明し、履修者が期待する内容について話し合う。
2	APEC・ASEANとその役割	APECとASEANの歴史と成り立ちについて理解し、現在の役割について考察する。
3	アジア太平洋における日本企業	アジア太平洋地域で活躍する日本企業の事例を通じて、この地域のビジネス環境の特徴を理解する。
4	グループ分けと発表テーマの決定	学年や国籍を越えたを組成するとともに、発表対象国、発表ポイントを検討する。
5	ビジネス環境を捉えるための要素	アジア太平洋地域のビジネスに関する幅広い知識を身に付ける。
6	国際比較の手法	ビジネス環境のより高度な理解のために、国際比較の手法を身に付ける。
7	データの活用と効果的な図表作成	アジア太平洋地域を理解するにあたって必要な統計の活用方法とビジュアルプレゼンテーションの方法を理解する。
8	主要企業の理解	アジア太平洋諸国における主要企業を理解する。
9	ビジネス環境のより良い理解のためのポイント	効果的なプレゼンテーションを行うためのビジネス上の視点を理解する。
10	グループ発表準備	グループ内で協力し、グループ発表に向けた準備を行う。
11	グループ発表①	グループに分かれてプレゼンテーションを行うとともに、他のグループを評価することを通じて課題を整理する。
12	グループ発表②	グループに分かれてプレゼンテーションを行うとともに、他のグループを評価することを通じて課題を整理する。
13	グループ発表③	グループに分かれてプレゼンテーションを行うとともに、他のグループを評価することを通じて課題を整理する。
14	ケーススタディ	アジア太平洋地域における特定産業のケーススタディを行う。
15	復習とまとめ	研究発表の総括

科目コード	3G412			区分	コア科目				
授業科目名	社会調査法			担当者名	池田 佳代				
配当年次	1	開講学期	前期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

<授業の概要>

社会調査の意義と諸類型に関する基本的事項について、社会調査史・社会調査の目的・調査方法論・調査倫理・調査の種類と実例・量的調査と質的調査・統計的調査と事例研究法、・学術調査・世論調査・マーケティング・リサーチなどのほか、調査票調査やフィールドワークなど、資料やデータの収集から分析までの諸過程に関する基礎的な事項を学ぶ。

<授業の到達目標>

「社会調査士」の資格を取得するための必須科目（A科目）である。

社会調査の理論・方法論・技法を修得し、各講義やビジネスプラン作成、課題体験、卒業研究などにおいてアンケート調査・インタビュー調査などを実施できるようにする。また、就職後の業務においても調査データを理解し、かつ、適切な調査・分析の企画が行え、社会現象を実証的に読み取る能力を開発する。

<授業の方法>

社会調査の意義と諸類型に関する基本的事項を教科書を中心に学ぶ。マーケティングリサーチについては、マーケティングリサーチ手法を使った演習を行う。

「社会調査士」認定科目であり、かつ、基礎部分を理解する科目である。理解を深めるためインタビューやマーケティングリサーチの演習を行い、成果を発表する機会がある。

授業の終わりにWebを利用した授業アンケートを行い、その結果を次回の授業内容に反映する。補足資料の提供や、課題レポートにはDropboxやユニバを活用する。講義中にはPCは使用しない。

<準備学習（予習・復習等）>

事前に指定する教科書範囲を読み、読みや意味が不明な単語を調べておくこと。

講義の内容にそったレポート課題を出すため、期限までに提出すること。毎週最低でも1時間の復習時間が必要。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

社会調査の知識や技術を用いて、世論や市場動向、社会事象等をとらえることのできる能力を有する「調査の専門家」を育成する「社会調査士」認定科目の基礎を担う科目である。

社会調査士を目指すことで、広く経営に関わる専門知識・技能を備え、企業に関連する社会現象を分析・理解し、新たな戦略を創造・提案できる能力を身に付ける。

また、現実の課題に対し、経営活動での知識や情報をもとに論理的・数量的に分析する力、戦略的に問題解決に向けた意思決定をする力を身に付ける科目である。

<成績評価方法>

積極的な受講態度 20%、課題レポート 30%、定期試験 50%による総合評価

課題レポートについては、S、A、B、C評価を行い返却する。課題提出期限後に模範例並びに優れたレポートについて授業内でレビューを行う。

<教科書>

篠原・清水・榎本・大矢根 編（2010.2.15）「社会調査の基礎—社会調査士A・B・C・D科目対応」弘文堂 2,700円

<参考書>

特になし

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	ガイダンス：社会調査の目的と意義	社会調査法習得の必要性、意義を理解する。社会調査士制度の紹介を行う。
2	社会調査の歴史と現在	社会調査はどのように展開してきたのか。「概念」や「サンプリング」などの重要性を学ぶ。
3	社会調査の目的	何のために社会調査を行うのか。
4	社会調査の方法論	社会調査の基本的な心構え、調査マインドとは何か。
5	社会調査の種類と実例	社会調査にはどのような種類があるのか。
6	マーケティングリサーチとは。	企業が行う調査とは。
7	マーケティングリサーチの事例(1)	マーケティングリサーチ演習①
8	マーケティングリサーチの事例(2)	マーケティングリサーチ演習②
9	量的調査	量的調査とはどういうものか。
10	質的調査	質的調査とはどういうものか。
11	調査票調査と調査票の作り方	調査票調査で何を知ることができるのか。
12	国勢調査	国勢調査とはどういうものか。
13	フィールドワーク	フィールドをとらえるとはどういうことなのか。
14	社会調査の倫理	調査対象者や社会の信頼に応えるために留意することとは。
15	まとめ	全体のまとめ

科目コード	3G404			区分	コア科目				
授業科目名	マーケティング特論（日本語）			担当者名	藤野 明彦				
配当年次	2	開講学期	前期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

<授業の概要>

マーケティングの手法は、時代の要請によって変化する。特に、インターネットが普及して以降のマーケティングはそれ以前とは、スピードの面等大きく変化している。本科目では、様々な事例を紹介しながら、時代に即したマーケティングとはいかなるものか、競争戦略、製品開発、ブランディング、コミュニケーションといった視点について理解することをねらいとする。

<授業の到達目標>

- ① 受講生は、マーケティング・マネジメントの主要概念についての知識や考え方を身につける。
- ② 自らマーケティングに関する報道や情報に関心が持て、必要であれば追加的な情報を収集することができる。
- ③ マーケティングの概念や考え方と結びつけて、具体的に事例の分析や課題の対策案検討を実施することができる。
- ④ 今後の学習・研究や就職・キャリアと結びつけて、学んだマーケティングの知識・手法を活用することができる。

<授業の方法>

- ① 授業は講義形式で行なうが、教員と受講生とのディスカッションや受講生同士でのグループワークも実施する。
 - ② 適宜テーマに沿った具体的事例を検討し、自分の意見を述べてもらう。
 - ③ 予習も含めて、授業内で考えたことなど、毎回「小レポート」として課す。
- ※この授業の説明は、毎回「日本語」で実施する。（ただし、専門用語や資料・映像は英語も多く使用される。）
- ④ 授業テーマに対応して、教員と受講生とのディスカッションを実施する。
 - ⑤ マーケティングに関したテーマを設定し、グループワークとして検討し、共同してまとめた結果をプレゼンテーションする。
 - ⑥ 受講者全員に対する、ユニバーサルパスポートでの以降のテーマと事前検討課題の提示。
 - ⑦ ICT環境を活用した各グループによる検討課題分析とプレゼンテーション資料の共同作成を実施する予定。

<準備学習（予習・復習等）>

- ① 事前に次回授業テーマを示す。復習や参考図書参照で考えを整理し、授業で発言出来るよう毎回予習する。（約1時間）
 - ② 授業後、参考図書の参照などにより、授業テーマの不明点・疑問点を解消し、必ず復習で理解を深める。（約1時間）
 - ③ 授業時間外の主要な学習として、授業内容の発展的学習にあたる「課題レポート」の作成が必須である。（平均1時間）
- ※必須ではないが「マーケティング概論」の履修、もしくは同等内容の理解（又は事前学習）前提で授業を進める。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

基礎的な学習経験で得られた経営関連の知識を連動させ、新たなマーケティング課題に総合的に対応できる社会人（課題を見つける力、創造的思考力、コミュニケーション能力）を身に付けている。

<成績評価方法>

毎回の積極的な授業参加（ディスカッションへの参加・グループワークでの活躍、授業内小レポートへの評価を含む）30%、課題レポート提出もしくは課題プレゼンテーション（合計2回）40%、最終課題提出 30%により、総合的に評価する。

<教科書>

特になし

<参考図書>

- 石井淳蔵・廣田章光（2009）「1からのマーケティング 第3版」中央経済社
 和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦（2016）「マーケティング戦略 第5版」有斐閣
 日経ビジネス編集部「日経ビジネス（入学してからのすべての号）」日経BP社

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	ガイダンスとイントロダクション	本科目の目標・方法・評価と受講上の注意の説明。「現代におけるマーケティングの特徴とは？」の説明。
2	マーケティング・マネジメントの考え方 (1)	具体的事例を中心に、企業戦略におけるマーケティングの位置付けと、マーケティング・プロセスを検討する。
3	マーケティング・マネジメントの考え方 (2)	マーケティング戦術的な分析フレーム（4Pなど）を整理し、戦術の具体的事例で理解を深める。
4	マーケティング・マネジメントの考え方 (3)	マーケティング戦略的な分析フレーム（STPなど）を整理し、戦略の具体的事例で理解を深める。
5	コミュニケーション戦略	顧客とのコミュニケーションの役割を理解し、具体的な媒体・手法や事例で理解を深める。
6	製品戦略 (1)	製品の競合状況を理解し、重要な知識や考え方を身に着ける。
7	価格戦略 (1)	購買決定プロセスを理解し、重要な知識や考え方を身に着ける。
8	ブランド戦略 (1)	「ブランド」の基本的な概念を理解し、具体的な事例で理解を深める。
9	マーケティング戦略 (1)	ケース・スタディーとしてグループワークを実施し、知識や考え方を活用してまとめる。
10	流通チャネル戦略	「流通チャネル」の基本的な役割を理解し、現在の状況を理解する。
11	製品戦略 (2)	製品開発プロセスを理解し、重要な知識や考え方を身に着ける。
12	価格戦略 (2)	価格決定プロセスを理解し、重要な知識や考え方を身に着ける。
13	ブランド戦略 (2)	現代マーケティングにおけるブランドの役割を理解し、具体的な事例で理解を深める。
14	マーケティング戦略 (2)	ケース・スタディーとしてグループワークを実施し、議論内容を発表する。
15	おわりに：講義総括	授業内容をまとめ：現代マーケティングにおける課題と展望

科目コード	3G405				区分	コア科目			
授業科目名	マーケティングリサーチ				担当者名	沼田 秀穂・苗 苗			
配当年次	2	開講学期	後期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

<授業の概要>

市場のニーズに適合する新商品を開発したり、発売された商品が顧客満足を提供しているかを調べる際、市場調査が行われる。市場調査には大きく2つの方法（定量調査と質的調査）がある。これら2つの方法をバランスよく組み合わせることで、現実を反映した調査が可能になる。アンケートおよびインタビュー調査の手法を理解することを実践的に学習する。

<授業の到達目標>

「社会調査士」の資格を取得するための必須科目（B科目）である。

経験と勘だけでは正確な判断、正しい決断が難しくなってきました。現在のマーケティングは、データ解析の時代に入っている。本講義では、特に市場調査法の習得に力を置いて、調査企画・設計に関する演習（実習）を行う。

到達目標は、必要な調査を企画・設計、実施し、分析・集計をおこなうための実践的な知識と能力習得である。

<授業の方法>

自分のノートPCを授業【PC演習時】に持ってこられること、MS-Excelが使用できることが履修条件である。使用するファイルはユニバで配信するので事前にダウンロードして持ってくる。教員が用意する教材を使用する。質的調査と量的調査の概念を含めて目的、歴史、事例の整理と理論の紹介する座学、理論仮説の構築、作業仮説の構築、問題を図式化、先行研究を調査、調査票の設計、調査の注意点。グループでブレインストーミングも含めた演習、作成した質問紙を用いた調査、エディティング、転記作業、コーディング、データ入力、クリーニング、ロジカルチェック、PCを用いた統計的推定の演習を行う。各自でPCを用いて質問紙作成、統計的推定をおこなって行く。統計を理解するため順列・組み合わせ・確率の考え方も復習していく。実際に使っていくことができるPC（Excel）分析能力を身に付けていく。毎週宿題の提出、翌週の確認を通じて重要ポイントの理解を深めていく。

必ず個人のPC（Excel）を持ち込むこと。

この科目は毎週Excelを用いて量的な調査・分析を行う。量的調査法の初級編として質問紙を作成できるようになることと、統計的推定をPCを用いて行えるようになることを目的としている。毎週宿題で重要ポイントの確認および計算データを完成させ、ユニバあるいはDropboxに提出し、次週に確認作業を行っていく。

<準備学習（予習・復習等）>

毎回、次週の学習範囲を明示する。授業で積極的に発言できるように次週のテーマに関わる情報収集の準備をすること（毎週最低でも1時間の予習が必要）。また、講義の重要ポイントに関わる宿題を出す。次週の講義までに提出することが必要である（毎週最低でも1時間の復習時間が必要）。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

社会調査、市場調査を理解し、質問紙を作成・統計的推定ができるようになることで現実の課題に対し、経営活動での知識や情報をもとに論理的・数量的に分析する力、戦略的に問題解決に向けた意思決定をする力を身に付ける。また、社会や企業活動、経済活動に必要な情報を収集し、課題解決のため意見を交わし提案するコミュニケーション能力を身に付ける科目である。

<成績評価方法>

最終試験 60%、授業貢献度・意欲 40%（質問紙作成、毎週の宿題・課題提出を含む）。

6回以上の欠席は評価対象外とする。提出課題は、ユニバの「課題管理」に毎週提出が必要。これは、毎週の授業内容の理解を確認するものである。理解ミスや不足点を各自にユニバの「課題管理」上でコメントを返す。また、次週の講義冒頭で前週の宿題に対する解説を行い理解を促進させる。

<教科書>

特になし

<参考書>

- 篠原清夫・榎本 環・大矢根淳（2010）「社会調査の基礎—社会調査士A・B・C・D科目対応」弘文堂 2,700円
- 金井雅之・渡邊大輔・小林 盾（2012）「社会調査の応用—量的調査編：社会調査士E・G科目対応」弘文堂 2,592円
- 大谷信介・木下栄二・後藤範章・小松 洋・永野 武 編著（2013）「新・社会調査へのアプローチ—論理方法—」ミネルヴァ書房 2,700円

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	ガイダンス	マーケティングリサーチ、授業の進め方、成績基準、諸注意
2	確率の思考方法（1）	場合の数
3	確率の思考方法（2）	順列、組合せ
4	量的調査の企画・設計	調査テーマ・仮説構成について、調査企画書の作成
5	質問紙調査票の作り方、構成	調査票作成（ワーディング、選択肢、調査票の項目と構成）
6	質問紙調査票におけるデータ	変数とは、データの種類
7	調査の実施方法	サンプリングの考え方と理論を理解する。
8	〔PC演習〕調査データの整理	調査結果に基づき、エディティング、コーディング、データ入力をPCで行う。
9	〔PC演習〕推測統計（1）	単純集計表・クロス集計確認、調査結果の大まかな傾向把握をする。
10	〔PC演習〕推測統計（2）	分散、標準偏差
11	〔PC演習〕正規分布、因果関係と相関関係	正規分布とは、共分散、相関
12	〔PC演習〕統計的推定・関連（1）	クロス集計、連関係数、点推定・区間推定
13	〔PC演習〕統計的推定・関連（2）	変動係数、不平等度の指標
14	市場調査の現状と課題	事例から見る市場調査（MR）を通じて、最新の調査に触れて考察する。
15	調査報告書のまとめ方	全体のまとめを行う。

科目コード	3G408			区分	コア科目				
授業科目名	販売戦略			担当者名	沼田 秀穂				
配当年次	3	開講学期	前期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	

＜授業の概要＞

本科目では、狭義の販売プロモーション（セールスプロモーション）の課題の解決に重点を置いて、そのマネジメント理論を理解し、かつその実践戦略と戦術の知恵をPDCAスパイラルサイクルに沿って、最近の実例を通して学ぶ。ビジネスの第一線で、顧客視点に立った課題解決型の販売プロモーション実践戦略・戦術を、自ら策定、実施、評価できる知識と知恵の修得を目指す。

＜授業の到達目標＞

販売戦略手法を知り、その知識を現実社会におけるビジネス活動と結びつけて理解できるようになり、かつ、現代経営におけるマーケティング・販売戦略の重要性と課題についての理解を到達目標とする。また、獲得した専門知識を総合的、有機的に修得して将来の活躍の場で実践的に適用できるようにすることをめざす。

＜授業の方法＞

日経ビジネス等の現在の事例を考察しつつ、ダイナミックな市場環境変化に対する企業の行動戦略を検討していく。また、マーケティング戦略、販売戦略に必要な国内外の理論や戦略を個別の企業・組織・製品などの事例を交えて論じていく。教科書の講義該当箇所における不明点の抽出を各自で行い、該当箇所を講義で議論・確認しながら進めていく。毎週、前半は販売戦略を考えるためのフレームワークを座学で学び、後半は実際の企業や地域活動をケーススタディとして紹介していく。その実際のケーススタディを修得したフレームワークを用いてどのような販売戦略をとることで成功したのかを各自で分析を行い提出する。翌週の講義で皆でケーススタディ分析を発表・検討し戦略の考え方を共有していく。毎週の宿題であるケーススタディ分析をDropbox、ユニパを活用しながら提出・管理していく。授業でPCは使用しない。

＜準備学習（予習・復習等）＞

予習：各講義に対して提示される予習項目をもとに、教科書・参考書の該当範囲や配布資料を読み、自分自身の考えをまとめ、事前に提出する。日経BP社（日経ビジネス）を副教材として使用する。毎週の日経ビジネスを読んでおくこと（毎週最低でも1時間の予習が必要）。

復習：講義で書き留めたノートをもとに、講義内容や自分で考えたことを整理し、理解の深化に努める（毎週最低でも1時間の復習時間が必要）。

＜卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連＞

ケーススタディをフレームワークを用いて分析していくことで販売戦略の考え方を修得し、現実の課題に対し、経営活動での知識や情報をもとに論理的・数量的に分析する力、戦略的に問題解決に向けた意思決定をする力を身に付ける。そして、社会や企業活動、経済活動に必要な情報を収集し、課題解決のため意見を交わし提案するコミュニケーション能力を身に付ける科目である。

＜成績評価方法＞

最終試験 60%、授業貢献度・意欲 40%（宿題・課題提出を含む）。

6回以上の欠席は評価対象外とする。提出課題は、ユニパの「課題管理」に毎週提出が必要。これは、毎週の授業内容の理解を確認するものである。理解ミスや不足点を各自にユニパの「課題管理」上でコメントを返す。また、次週の講義冒頭で宿題に対するコメントをフィードバックする。

＜教科書＞

佐藤義典（2005）「図解 実戦マーケティング戦略」日本能率協会マネジメントセンター 1,728円

＜参考書＞

和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦（2012）「マーケティング戦略 第4版」有斐閣アルマ 2,160円

＜授業計画＞

回	テーマ	授業内容
1	戦略BASiCS(ベーシック)とは(1)	代表的な戦略論、戦場を決める、マーケティング資産を決める
2	戦略BASiCS(ベーシック)とは(2)	強みを決める、顧客ターゲットを決める
3	戦略BASiCS(ベーシック)とは(3)	魅力的な殺し文句を決める
4	BASiCSの使い方	戦略の整合性の確認、競争戦略の立案
5	戦略的フレームワーク	ファイブ・フォース、SWOT分析、3C、PEST、PPM
6	マインドフロー (1)	マインドフローとは何か、マインドフローの7つの関門
7	マインドフロー (2)	マインドフローの例、数値化、マインドフローと戦略BASiCS
8	ニーズの広さ深さ	広さとは、深さとは
9	売上5原則 (1)	売上の増加要因はたった5つ、水漏れ分析
10	売上5原則 (2)	売上5原則の使い方、売上5原則と広さ深さ
11	プロダクトフロー (1)	プロダクトフローとは何か、商品を戦略的に揃える
12	プロダクトフロー (2)	プロダクトフローの数値化
13	競争市場の販売戦略	コンセプト戦略、ターゲット戦略、ポジショニング戦略、アイデンティティ戦略
14	全体のまとめ	販売戦略とは
15	最終試験および解説	販売戦略についての理解度を自身で確認する

科目コード	3G409			区分	コア科目				
授業科目名	情報分析論			担当者名	沼田 秀穂				
配当年次	3	開講学期	後期	単位数	2	授業方法	講義	卒業要件	選択

<授業の概要>

情報分析とは、社会の様々なデータから帰納的に現象を明らかにしようとするものである。そのためには仮説をたて、それを検証するというステップが重要となる。本科目では、統計的手法を用いながら、仮説検証の学習に取り組む。その過程で、平均、分散、相関、回帰分析といった考え方を理解することを目的とする。

<授業の到達目標>

- ① プロセスから統計を理解し、表現手法としての情報分析を身につける。
- ② 活用事例に沿ったシチュエーションなど基礎知識を体系的に理解する。
- ③ 統計を扱う上でのルールなど、基礎知識を体系的に理解する。
- ④ 活用事例や演習課題を通じて、統計の使い方、必要性を体系的に理解する。
- ⑤ 統計の考え方、プロセスを学び、専門分野を学ぶための土台を培う。

<授業の方法>

毎回PCを用いた演習を行う。シンクタンク、調査会社において調査データの分析、また、法人、団体において商品開発、品質管理、実験データ、顧客ニーズのデータの分析など、データの解析を主な業務とする業種・職種への進路を想定し、PC (Excel) を用いたデータ分析方法の講義を行う。

毎週、各自でPCを用いて情報分析をおこなって行く。宿題でさらに分析を深めていき、翌週の講義で自身が行った分析内容を確認していく。実際に使っていくことができるPC (Excel) 分析能力を身に付けていく。

必ず個人のPC (Excel) を持ち込むこと。

マーケティングリサーチ、統計学の上位科目に位置付けている。この科目は毎週Excelを用いて量的な調査・分析を行う。統計的推定、統計的検定 (t検定、カイ二乗検定)、分散分析、回帰分析を実際のデータを用いてExcelで行う。毎週宿題でデータを完成させ、ユニパあるいはDropboxに提出し、次週に確認作業を行っていく。

<準備学習 (予習・復習等) >

毎回、次週の学習範囲を明示する。授業で積極的に発言できるように次週のテーマに関わる情報収集の準備をすること。(毎週最低でも1時間の予習が必要)。また、講義の重要ポイントに関わる宿題を出す。次週の講義までに提出することが必要である (毎週最低でも1時間の復習時間が必要)。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

実際のデータを用いて統計的推定・統計的検定していくことで情報分析の理論と手法を修得し、現実の課題に対し、経営活動での知識や情報をもとに論理的・数量的に分析する力、戦略的に問題解決に向けた意思決定をする力を身に付ける。そして、社会や企業活動、経済活動に必要な情報を収集し、課題解決のため意見を交わし提案するコミュニケーション能力を身に付ける科目である。

<成績評価方法>

最終試験 60%、授業貢献度・意欲 40% (宿題・課題提出を含む)。

6回以上の欠席は評価対象外とする。提出課題は、ユニパの「課題管理」に毎週提出が必要。これは、毎週の授業内容の理解を確認するものである。理解ミスや不足点を各自にユニパの「課題管理」上でコメントを返す。また、次週の講義冒頭で宿題に対するコメントをフィードバックする。

<教科書>

noa出版 (2014) 「活用事例でわかる! 統計リテラシー 数学が苦手でも大丈夫!」 noa出版 1,800円

<参考書>

西内 啓 (2013) 「統計学が最強の学問である」ダイヤモンド社 1,728円

工藤卓哉 (2013) 「データサイエンス超入門 ビジネスで役立つ「統計学」の本当の活かし方」日経BP社 1,728円

篠原清夫・榎本 環・大久根淳 (2010) 「社会調査の基礎—社会調査士A・B・C・D科目対応」弘文堂 2,700円

金井雅之・渡邊大輔・小林 盾 (2012) 「社会調査の応用—量的調査編: 社会調査士E・G科目対応」弘文堂 2,592円

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	オリエンテーション&アイスブレイク (情報分析とは)	授業の進め方、成績基準、諸注意、統計と創造する力、物語を作る流れを体験する。
2	データを物語る「情報分析①」	物語と統計の関係、テーマを決める、物語の素材集め、プランニング
3	データを物語る「情報分析②」	クライマックス (データの分析と考察)、ストーリーをまとめる、「データを物語る」のまとめ。
4	情報分析の活用事例に学ぶ①	本当の主要顧客を発見して売り上げアップ
5	情報分析の活用事例に学ぶ②	天気と売り上げの関係から、効果的な販売・仕入れ
6	情報分析の活用事例に学ぶ③	統計的思考で商品の品質チェック
7	情報分析の活用事例に学ぶ④	統計的検定でサプリメントの効果測定
8	情報分析の活用事例に学ぶ⑤	情報分析にもとづく商品陳列で購買促進
9	まじめな情報分析・統計の話①	データを数値やグラフで要約する。ばらつきの大きさや格差を測る指標
10	まじめな情報分析・統計の話②	できごとを確立で考える。
11	まじめな情報分析・統計の話③	一部から全体を推測する (標本調査と検定)。データから関係を探る。
12	情報分析・統計力チャレンジ①	公的統計を使って、都市計画に挑戦! Web上での文字情報を活用した予備調査
13	情報分析・統計力チャレンジ②	作物統計から農業の現状を把握する。
14	情報分析・統計力チャレンジ③	材料の品質を見極める。
15	情報分析を学ぶあなたに	まとめ

科目コード	54001			区分	キャリア形成科目				
授業科目名	資格検定対策Ⅱ（情報系）			担当者名	堀上 明				
配当年次	1	開講学期	後期	単位数	2	授業方法	演習	卒業要件	選択

<授業の概要>

現在の職場では仕事そのものがデジタル化とネットワーク化に対応しており、情報処理技術の基礎を理解している人材が求められている。ITパスポート資格は、職業人が共通に備えておくべき情報技術に関する基礎的な知識を図るもので、実社会で役立つ有効な資格である。本科目では、主な出題範囲に分けて、企業と法務、経営戦略、システム戦略、開発技術、プロジェクトマネジメント、サービスマネジメント、基礎理論、コンピュータシステム、技術要素に関する知識を身につけ、資格取得を目指す。

<授業の到達目標>

①資格試験対策勉強を通じて、企業活動における情報システムの重要性、情報システムの基礎および、仕事における情報システムとの関わりについてのイメージを持つ。②国家試験である情報処理技術者試験制度の概要、受験する意義および、ITパスポート試験の概要を理解する。③ITパスポート試験に合格するための力を身につける。

<授業の方法>

ITパスポート試験の出題範囲の各テーマごとに解説と問題演習をおこなう。合格するための勉強方法について適宜解説する。

グループワーク、グループディスカッション、クラスディスカッションを実施し、授業課題に取り組む。ディスカッションの内容は、授業内における発表等にてクラス内で共有する。

グループワーク、グループディスカッション、クラスディスカッションでは、ノートパソコンを使用し、調査、ディスカッション結果のまとめ、課題の解答作成等を実施する。成果物は、ユニバーサルパスポート、DropBox等を活用し、クラス内で共有する。

<準備学習（予習・復習等）>

- ・事前学習：次回の授業で扱う問題について、自分で問題を解く（1時間程度）。
- ・事後学習：授業で学んだテーマについて復習し、理解を深める（1時間程度）。
- ・国家試験を受験する場合は、相応の自己学習が必要。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

資格試験対策勉強を通じて、経営情報に関する課題に対し、論理的・数量的に分析する力、戦略的に問題解決に向けた意思決定をする力を身につける。

<成績評価方法>

授業態度 20%、課題 40%、定期試験 40%
 （課題については授業内でコメントする。）

<教科書>

きたみ りゅうじ（2018年）「キタミ式イラストIT塾 ITパスポート 平成31/01年」技術評論社

<参考書>

特になし

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	ガイダンス	情報処理技術者試験とITパスポート試験の概要。授業の進め方の説明
2	コンピュータの基礎	コンピュータの五大装置など
3	データの表現方法	コンピュータにおけるデータの表現方法、2進数、ビットとバイト
4	ファイル構造	ファイルの構造とハードディスク
5	OSとアプリケーション	OSの役割、アプリケーションとは
6	表計算ソフト	表計算ソフトの基礎、関数
7	データベース	データベースの基礎、キー、排他制御、障害回復
8	ネットワーク（1）	ネットワークプロトコル
9	ネットワーク（2）	インターネット、電子メール
10	セキュリティ	ユーザー認証、コンピュータウイルス、暗号化技術
11	システム開発	システム開発の流れ、システム開発手法、テスト
12	マネジメント（1）	プロジェクトマネジメント、サービスマネジメント
13	マネジメント（2）	サービスマネジメント
14	プログラミングの基礎	代表的な言語、構造化、アルゴリズム
15	システムの構成と信頼性	システムの性能指標、信頼性、稼働率、バックアップ

科目コード	53018			区分	キャリア形成科目				
授業科目名	国際交流実習 I			担当者名	小田 正規・中西 敏之				
配当年次	1	開講学期	前期	単位数	1	授業方法	実習	卒業要件	演習

<授業の概要>

本科目では、他国のの人々と異文化交流や諸活動等の実体験を通じて、「コミュニケーション能力」や「異文化理解力」を身に付けることを目的とする。同時に、多国籍な学びの場を創出することによって、日本人、ひいては国際人としての自覚とアイデンティティの涵養を促すことをねらいとする。

<授業の到達目標>

基本的な英語の4技能を伸ばすことによって、ニュージーランドでの留学生活に対する不安を取り除くとともに、異文化環境で直面する状況に対応するための対処法を身につける。

<授業の方法>

本科目は、IPU NZへの留学を希望する学生の必修科目である。前半はリスニング・リーディング力の向上を目指し、後半は留学生活における様々な状況を想定し、それに対応するためのロールプレイやペアワークを通して様々な表現方法を習得する。また、TOEIC対策のために特別演習Ⅰ、Ⅱへの単位外参加を通じた英語力向上のための積極的な努力を期待する。

グループワークを通じて留学先の社会環境を理解し、その成果についてプレゼンテーションを行う。

ユニバーサルパスポートを活用した課題の配布、グループ発表のプレゼンテーション資料のDropBoxを通じた共有など、ICTの活用に努める。

<準備学習（予習・復習等）>

授業中での積極的な参加はもちろんだが、自分なりに状況を想定して学びたい表現を授業に持ってくるのが望ましい。各回の事前準備（予習）に60分、復習に60分が求められる。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

グローバルに拡大している企業活動、市場経済、公的分野に関連する社会現象、市場について分析・理解する能力を身に付ける科目である。特にグローバル化・情報化による多様な環境変化の下、高い倫理観と豊かな教養力で問題解決に向けチームワークを構築する力を身に付ける。

<成績評価方法>

TOEICテストスコア 50%、小テスト 20%、最終プレゼンテーション 30%

質問は授業の前後または教員のオフィスアワーにおいて対応する。

<教科書>

特になし

<参考書>

特になし

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	事前オリエンテーション	本科目で学ぶ内容の理解
2	リーディング (1)	TOEICテストPart 5 対策
3	リーディング (2)	TOEICテストPart 6 対策
4	リーディング (3)	TOEICテストPart 7 対策
5	リスニング (1)	TOEICテストPart 1 対策
6	リスニング (2)	TOEICテストPart 2、3 対策
7	リスニング (3)	TOEICテストPart 4 対策
8	ニュージーランドで生活する上での英語的思考	ニュージーランド留学にあたり必要となるスタンス、日常生活での取り組み姿勢について学ぶ
9	キャンパスでの英語	IPU NZのキャンパスで良く用いる英語を理解し、和製英語を避ける
10	スーパーマーケットでの英語	ニュージーランドのスーパーマーケットで商品を購入する際の英語を学ぶとともに、日本との違いを知る
11	病気になったときの英語	病院で自分の体調を説明するときの英語を学ぶとともに、日本とニュージーランドの医療システムの違いを理解する
12	道をたずねるときの英語、小テスト①	道をたずねるときの英語を学ぶとともに、日本とニュージーランドの交通システムの違いを理解する
13	旅行のときの英語	旅行時のリクエスト、トラブル対処のための英語を学ぶ
14	コミュニケーションの英語、小テスト②	特異な話題を作って積極的にコミュニケーションを取るための方法を理解する
15	最終プレゼンテーション	「日本を紹介する」のテーマで英語でプレゼンテーションを行い、本科目の総まとめとする

科目コード	53019				区分	キャリア形成科目			
授業科目名	国際交流実習Ⅱ				担当者名	小田 正規・中西 敏之			
配当年次	1	開講学期	後期	単位数	1	授業方法	実習	卒業要件	選択

<授業の概要>

本科目は、「国際交流実習Ⅰ」を踏まえて、海外留学を行うことによって語学力、異文化理解・共生力を獲得することを目的とする。

<授業の到達目標>

留学先では、講義の内容を自分で整理できる、講義の内容について自分の意見が言える、様々な国籍の人と討論を行いながら良好な関係を構築できることを目指す。

<授業の方法>

留学中は定期的に活動レポートを提出するほかテレビ会議システムなどを利用して対面での活動報告を行う。帰国後は留学生活に関するプレゼンテーションを行い、最終報告書を提出する。

留学先におけるフィールドワーク（様々な企画・交流イベント）に参加することを通じて、その成果をプレゼンテーションし、グループワークを通じて活動報告レポートに仕上げていく。

ユニバーサルパスポートを活用した課題の配布、グループ発表のプレゼンテーション資料のDropBoxを通じた共有など、ICTの活用を努める。

<準備学習（予習・復習等）>

現地での積極的な行動が求められる。様々な活動を通じた経験をプレゼンテーション・最終報告書に活かすために、週1度の活動実施を通じた活動報告レポート作成に10時間、プレゼンテーション作成5時間、最終報告書作成に10時間の準備が目度となる。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

グローバルに拡大している企業活動、市場経済、公的分野に関連する社会現象、市場について分析・理解する能力を身に付ける科目である。特にグローバル化・情報化による多様な環境変化の下、高い倫理観と豊かな教養力で問題解決に向けチームワークを構築する力を身に付ける。

<成績評価方法>

活動報告レポート 40%、プレゼンテーション 30%、最終報告書 30%

渡航前後の期間における質問は、授業の前後または教員のオフィスアワーにおいて対応する。現地活動期間中においては随時教員が電子メール等を通じてサポートする（現地駐在の教員のサポートも得る）

<教科書>

特になし

<参考書>

特になし

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	事前学習	研修先（国・領域）に関連する基礎知識を事前に学習し、個人の研修課題を設定する。
2	出発前オリエンテーション	現地における生活に順応するためにそれぞれの国の文化・習慣に関する知識を得る。
3	現地オリエンテーション	事前学習を踏まえ、現地でそれぞれの国の文化・習慣を実体験する。
4	NZにおける現地実習	英語学習・目的別学習及びフィールドワーク（様々な企画・交流イベントへの参加）に関するレポート提出
5	NZにおける現地実習	英語学習・目的別学習及びフィールドワーク（様々な企画・交流イベントへの参加）に関するレポート提出
6	NZにおける現地実習	英語学習・目的別学習及びフィールドワーク（様々な企画・交流イベントへの参加）に関するレポート提出
7	NZにおける現地実習	英語学習・目的別学習及びフィールドワーク（様々な企画・交流イベントへの参加）に関するレポート提出
8	NZにおける現地実習	英語学習・目的別学習及びフィールドワーク（様々な企画・交流イベントへの参加）に関するレポート提出
9	NZにおける現地実習	英語学習・目的別学習及びフィールドワーク（様々な企画・交流イベントへの参加）に関するレポート提出
10	NZにおける現地実習	英語学習・目的別学習及びフィールドワーク（様々な企画・交流イベントへの参加）に関するレポート提出
11	NZにおける現地実習	英語学習・目的別学習及びフィールドワーク（様々な企画・交流イベントへの参加）に関するレポート提出
12	NZにおける現地実習	英語学習・目的別学習及びフィールドワーク（様々な企画・交流イベントへの参加）に関するレポート提出
13	NZにおける現地実習	英語学習・目的別学習及びフィールドワーク（様々な企画・交流イベントへの参加）に関するレポート提出
14	NZにおける現地実習	英語学習・目的別学習及びフィールドワーク（様々な企画・交流イベントへの参加）に関するレポート提出
15	事後学習	帰国後に留学体験に関するプレゼンテーションを行い、最終報告書を作成する

科目コード	53000			区分	キャリア形成科目				
授業科目名	海外研修			担当者名	小田 正規・中西 敏之				
配当年次	1	開講学期	前期	単位数	1	授業方法	実習	卒業要件	選択

＜授業の概要＞

本科目では、系列大学であるインターナショナル・パシフィック大学（ニュージーランド）において、1週間程度の語学研修を行い、語学力やコミュニケーション能力の向上を目指す。研修参加者は、渡航前の事前オリエンテーションに参加することが要件となる。集中語学研修やアクティビティー活動をはじめ、インターナショナル・パシフィック大学の学生との交流会を通じて、多文化環境での学びを経験できる。希望者は地域社会の活動にも参加をする。

＜授業の到達目標＞

実際に海外において生活し、異文化コミュニケーションを実践することを通じて、他国の文化・習慣などを学び、理解することにより、受講者の国際的視野を高めることを目的に行われる。

＜授業の方法＞

留学前はニュージーランドについて学ぶとともに、基本的な英語表現を練習する。留学中は活動報告レポートを毎日提出する。帰国後は留学経験をまとめプレゼンテーションを行い、最終報告書を提出する。

留学先におけるフィールドワークに参加することを通じて、その成果をプレゼンテーションし、グループワークを通じて活動報告レポートに仕上げていく。

ユニバーサルパスポートを活用した課題の配布、グループ発表のプレゼンテーション資料のDropBoxを通じた共有など、ICTの活用に努める。

＜準備学習（予習・復習等）＞

現地での積極的な行動が求められる。様々な活動を通じた経験をプレゼンテーション・最終報告書に活かすために、週1度の活動実施を通じた活動報告レポート作成に5時間、プレゼンテーション作成5時間、最終報告書作成に10時間の準備が目度となる。

＜卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連＞

グローバルに拡大している企業活動、市場経済、公的分野に関連する社会現象、市場について分析・理解する能力を身に付ける科目である。特にグローバル化・情報化による多様な環境変化の下、高い倫理観と豊かな教養力で問題解決に向けチームワークを構築する力を身に付ける。

＜成績評価方法＞

活動報告レポート 40%、プレゼンテーション 30%、最終報告書 30%

渡航前後の期間における質問は、授業の前後または教員のオフィスアワーにおいて対応する。現地活動期間中においては随時教員が電子メール等を通じてサポートする（現地駐在の教員のサポートも得る）

＜教科書＞

特になし

＜参考書＞

特になし

＜授業計画＞

回	テーマ	授業内容
1	事前オリエンテーション	ニュージーランド（NZ）の歴史や文化、習慣や社会生活などについて知識を深める
2	事前英語学習（1）	留学中に必要な表現を学び練習する。特に英語の授業やキャンパス内で使用する表現を学ぶ。
3	事前英語学習（2）	留学中に必要な表現を学び練習する。特にホームステイ先で役立つ表現を学ぶ。
4	事前英語学習（3）	留学中に必要な表現を学び練習する。特に交通、宿泊、飲食などキャンパス外で役立つ表現を学ぶ。
5	事前英語学習（4）	留学中に必要な表現を学び練習する。特に病気やトラブルなど危機対応に役立つ表現を学ぶ。
6	NZにおける現地実習	英語学習や様々な企画・交流イベントへの参加に関するレポート提出
7	NZにおける現地実習	英語学習や様々な企画・交流イベントへの参加に関するレポート提出
8	NZにおける現地実習	英語学習や様々な企画・交流イベントへの参加に関するレポート提出
9	NZにおける現地実習	英語学習や様々な企画・交流イベントへの参加に関するレポート提出
10	NZにおける現地実習	英語学習や様々な企画・交流イベントへの参加に関するレポート提出
11	NZにおける現地実習	英語学習や様々な企画・交流イベントへの参加に関するレポート提出
12	事後学習	帰国後に留学体験を整理し、プレゼンテーションの準備を行う
13	事後学習	帰国後に留学体験に関するプレゼンテーションを行う
14	事後学習	履修者によるディスカッションを行い、それをもとにした最終報告書の執筆準備を行う
15	最終報告	留学体験を基にした最終報告書を作成する

科目コード	54002			区分	キャリア形成科目				
授業科目名	資格検定対策Ⅲ（簿記系）			担当者名	手嶋 竜二				
配当年次	3	開講学期	前期	単位数	2	授業方法	演習	卒業要件	選択

<授業の概要>

簿記は実学である。簿記検定を取得することは、就職活動に有利であり、また就職後の実社会で役立つ。本科目では、日商簿記特有の傾向を分析した対策を施し、さらに高度な知識の吸収と演習により、日商簿記検定2級（または3級）の合格を目指す。

<授業の到達目標>

日商簿記検定2級（または3級）の合格を目標とする。

<授業の方法>

- ① 簿記の基礎を学習しており、さらに日商簿記検定2級（または3級）取得を目標とする者に限る。
 - ② 授業の方法は、テキストに従い主に演習形式で行う。問題を解いてもらい、解説を行う。
 - ③ 集計作業などの計算を行う場合もあるので、各自電卓（関数電卓不可）および定規を持参すること。
 - ④ 第1回に参加することは必須で、授業方針を納得の上履修すること（他の授業への参加・公欠などのやむを得ない事情がある場合には、事前に担当教員へ連絡すること）
- 本科目では、問題演習科目であるため、個人学修によるところが大きい。
本科目では、日商簿記検定合格を目指している。日商簿記検定では答案用紙に手書きで回答するため、本科目でも手書きを主体とする。

<準備学習（予習・復習等）>

- ① 専門用語の理解と技術定着をはかるため、予習・復習を重視する。
- ② 授業で行った問題を必ず次回までに再度解いておくこと。
- ③ 日商簿記の資格取得系科目の自宅学習は1日3時間（予習（1.5時間）ではテキストを読み、例題を解く、問題演習を行う。復習（1.5時間）として問題演習をおこなう。）、週に21時間を費やす必要がある。

<卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連>

現実の課題に対し、経営活動での知識や情報をもとに論理的・数量的に分析する力、戦略的に問題解決に向けた意思決定をする力を身に付ける。そのために、本科目では、まず経営活動を貨幣数量的に捉える方法、原理、原則を学ぶ。つぎに、貸借対照表や損益計算書といった財務諸表の作成プロセスを学ぶ。そして、そのプロセスを理解することにより経営活動を数量的に分析する、あるいは戦略的に問題解決に向けた意思決定する能力を身に付けることができる。

<成績評価方法>

- ① 受講態度・学習意欲・授業への参加度 30%
- ② 小テスト 40%（小テストの採点はその場で行う。誤答箇所は次回説明を行う。学生の理解度により個別に対応する。）
- ③ 定期試験 30%

<教科書>

滝沢みなみ（2019.2.20）「スッキリわかる 日商簿記2級 商業簿記 第11版」TAC出版
 滝沢みなみ（2019.2.21）「スッキリわかる 日商簿記3級 第10版」TAC出版
 TAC出版開発グループ（未定）「スッキリとける 日商簿記3級 過去+予想問題集 2019年度」TAC出版
 TAC出版開発グループ（未定）「スッキリとける 日商簿記2級 過去+予想問題集 2019年度」TAC出版

<参考書>

特になし

<授業計画>

回	テーマ	授業内容
1	オリエンテーション	授業の進め方、成績評価方法、授業方針
2	第1問対策	仕訳問題（2・3級）
3	第2問対策	2級商業簿記（勘定記入、伝票、仕訳日計表）、3級（帳簿）
4	第3問対策	2級商業簿記（精算表、財務諸表、連結会計）、3級（試算表）
5	第4問対策	2級工業簿記（仕訳、勘定記入、部門別個別原価計算）、3級（伝票、訂正仕訳、勘定記入）
6	第5問対策	2級工業簿記（総合原価計算、標準原価計算、直接原価計算）、3級（精算表、財務諸表）
7	過去問題①	2級（第143回）、3級（第143回）
8	過去問題②	2級（第144回）、3級（第144回）
9	過去問題③	2級（第145回）、3級（第145回）
10	過去問題④	2級（第146回）、3級（第146回）
11	過去問題⑤	2級（第147回）、3級（第147回）
12	過去問題⑥	2級（第148回）、3級（第148回）
13	予想問題①	総合問題（1）（2・3級）、弱点克服
14	予想問題②	総合問題（2）（2・3級）、弱点克服
15	予想問題③	総合問題（3）（2・3級）、弱点克服