

科目名称	科目区分	配当年次	単位数	科目概要	到達目標（成績評価A）	単位修得目標（成績評価C）
ビジネス学入門	ビジネス学部 専門基礎科目	1	2	この科目は、「経営」「マーケティング」「経済」「会計」の各分野を学ぶ目的や学問体系を理解するための導入教育である。オムニバス形式により、各分野の教員がビジネス社会と関連付けて専門分野を概説するなど、学修を始めるための関心と意欲を向上させる。経営・マーケティング・経済・会計といった各分野を系統的に学び、ビジネス社会で活躍するために必要な知識・技能を修得する重要性をオムニバス方式の講義を展開することにより理解する。 （オムニバス方式/14回）	・ビジネス学部4年間で学修する内容の全体像や「経営」「マーケティング」「経済」「会計」の各分野を学ぶ目的及び学問体系を理解する。（幅広い教養）◎ ・「経営」「マーケティング」「経済」「会計」の各分野とビジネス社会の関連を踏まえて、今後、より深く学修したい分野や科目を明確にする。（専門性・課題発見解決能力）◎	・ビジネス学部4年間で学修する内容の全体像や「経営」「マーケティング」「経済」「会計」の各分野を学ぶ目的及び学問体系の概略を理解する。（幅広い教養）◎ ・自分が興味を持った最近のビジネスの問題について説明ができる。（専門性・課題発見解決能力）◎
経営基礎Ⅰ	ビジネス学部 専門基礎科目	1	2	この科目は、経営学の導入であり、この科目の後に開講される経営学分野の種々の基礎科目・専門科目の学修の前提や指針となる。経営学の基本的な全体像を、事例を中心に掘えながら概説し、企業経営の現実を客観的・理論的に見るための幅広い基礎的視点を修得する。 具体的には、企業の実情や経営の事例を用いながら、現実に行っている様々なことに対して経営学の諸理論がどのように説明しているのかを理解する。また、会社の役割、会社の仕組み、製造過程の管理、社員の行動、人材育成の仕組み、製品販売のやり方、会社の戦略、海外での経営のやり方などを扱いながら企業経営の流れ全体も重ねて理解していく。	・経営学の各分野における基礎知識を習得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・企業の管理の初歩的なツールを理解し、用いることができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・経営学の基礎的な概念と理論を用いて、企業の実際の活動や企業経営の現場で起きている諸問題を理解し、表現することができる。（リーダーシップ）◎ ・経営学が扱う様々な論点を理解し、これから経営学を学んでいくことができる。（情報の分析とマネジメント）◎	・経営学の各分野における基礎知識に関する用語は理解している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・企業の管理の初歩的なツールを理解している。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・経営学の基礎的な概念と理論を用いて、企業の実際の活動や企業経営の現場で起きている諸問題を理解することができる。（リーダーシップ）◎ ・経営学が扱う論点を概ね理解し、これから経営学を学んでいく努力ができる。（情報の分析とマネジメント）◎
マーケティング基礎Ⅰ	ビジネス学部 専門基礎科目	1	2	この科目は、マーケティングの基礎概念を身につけること、マーケティングの様々な基礎概念の関連性を理解できること、現実の企業活動のなかでどのようなマーケティングが行われているかを理解できることを目指しており、マーケティングに関連する基礎的な概念と考え方を身につけることで、可能な限り自分で使えるようになることを目的とする。マーケティングとはどのような発想に基づいて展開されているのか、またマーケティングはどのようにして限られた業務を担った企業の一部の活動から、組織全体で取り組む事業活動へと変わったのかなどについて、具体的な事例を通じて学ぶ。なお、授業終わりにリアクションペーパーを書いてもらうことで、学修成果の把握の一助にする。	・マーケティングの基礎的な理論を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・企業のマーケティング活動を考察したり、顧客の課題解決について表現できる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・マーケティングの基礎的な理論に基づいて、ケース分析を行うことができる。（情報の分析とマネジメント）◎ ・組織全体で取り組む事業活動としてのマーケティングについて議論ができる。（リーダーシップ）◎	・マーケティングの基礎的な理論を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・マーケティングの基礎的な理論に基づいて、最低限のケース分析を行うことができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・企業のマーケティング活動を考察し、顧客の課題解決について必要最小限の表現ができる。（情報の分析とマネジメント）◎ ・組織全体で取り組む事業活動としてのマーケティングについて考えることができる。（リーダーシップ）◎
ビジネスのための定量分析入門	ビジネス学部 専門基礎科目	1	2	この科目は入門・基礎科目である。 この授業の目的はビジネス学部で学習する「経営」「マーケティング」「経済」「会計」の各分野を学ぶ際に必要となる定量的分析の知識を身につけることである。 一見すると不規則で手が世えないように感じる事項でも、その根本を探ると簡単な法則や原理に基づいていることが少なくないである。数学はその根源を突き詰める作業そのものを学ぶ学問の一つである。この科目では、数学的なものを見方や考え方に触れると共に、数学の美しさや面白さ、便利さを体験し、同時に数学の歴史や数学者の素顔に迫る。具体的には数の概念から始めて、関数・関向学・微分積分学・指数対数・三角関数などの高校で学んだ分野を広く扱って、私たちの身の回りに活かされている数学のアイデアを見つけ出し、簡単な計算を行いながら、そのアイデアを様々な角度からとらえていく。 また、定量的データの意味を考察したり、データから得られる情報を目的に応じて集計したり、視覚化したりすることを目指す。	・ビジネス学部で学習する「経営」「マーケティング」「経済」「会計」の各分野を学ぶ際に必要となる定量的分析の知識を身につけている。（幅広い教養）◎（ビジネスの基礎知識）◎ ・定量的データの意味を考察したり、データから得られる情報を目的に応じて集計したり、視覚化したりすることができる。（情報の分析とマネジメント）◎	・ビジネス学部4年間で学修する内容の全体像や「経営」「マーケティング」「経済」「会計」の各分野を学ぶ目的及び学問体系を理解する。（幅広い教養）◎（ビジネスの基礎知識）◎ ・「経営」「マーケティング」「経済」「会計」の各分野とビジネス社会の関連を踏まえて、今後、より深く学修したい分野や科目を明確にする。（情報の分析とマネジメント）◎
ミクロ経済学基礎Ⅰ	ビジネス学部 専門基礎科目	1	2	この科目は、ミクロ経済学の基礎を学修することでミクロ経済学の観点による考え方や捉え方の基礎を身につけることを目的とする。市場が経済社会においてどのような役割を果たすかを大まかにとらえた後、個々の家計・企業がどのような経済行動をするかをまず分析する。その上で、供給曲線、需要曲線、生産者余剰、消費者余剰等の概念を理解し、また価格が限界費用、限界効用に等しくなることも理解する。市場における資源配分が最適であるという厚生経済学の基本定理を理解することを目標とする。	・この授業では、需要・供給と市場に関する様々な場合の知識を有している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・需要と供給、消費者余剰と生産者余剰について分析の技術を身に付ける。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・市場に関する知識や分析技能に基づいて、現実の経済における市場の在り方について考察したり、厚生経済学の基本的考え方を表現したりすることができる。（リーダーシップ）◎ ・日本や世界の実際の経済問題について主として需要・供給と市場の観点から理解と対応について考えることができる。（情報の分析とマネジメント）△	・需要・供給と市場に関する一定の知識を有している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・需要と供給、消費者余剰と生産者余剰について分析の手法を知っている。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・市場に関する知識や分析技能に基づいて、市場の在り方について直感的に捉えたり、厚生経済学の基本的考え方を応用する知識を有している。（リーダーシップ）◎ ・日本や世界の実際の経済問題について主として需要・供給と市場の観点から理解し対応することができる。（情報の分析とマネジメント）△
会計基礎Ⅰ	ビジネス学部 専門基礎科目	1	2	この科目は、会計手続の基礎として、個人事業の簿記システムを対象とした簿記一巡の手続きについて学ぶ。位置づけとしては簿記・会計分野の全ての基礎となる。簿記の目的は①一定時点での財政状態を明らかにすること【どのよう資金を調達し、どのように運用しているかを示すこと】、および②一定期間の経営成績を明らかにすること（いくら費やして（費用）どのくらいのリターン（収益）があったのか、またその差額（利益または損失）を明らかにすること）であり、その目的を達成するために、さまざまなルールが設けられている。まずはこれらのルールを学び、仕訳から決算までの概要を理解する。なお、「会計基礎Ⅰ・Ⅱ」での学修を通じて、日商簿記3級程度の内容を修得する。	・会計情報の意義を理解し、その理論的枠組みの基礎知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・複式簿記の原理に基づき、全般的な会計データを集約する技術を身につけている。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・会計情報を利用し応用的に考えることができる。（情報の分析とマネジメント）△	・会計に関する専門用語の定義を説明することができ、会計情報の意義を理解している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・複式簿記の原理に基づき、日常取引を仕訳することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・会計情報を利用して考えることができる。（情報の分析とマネジメント）△
会計基礎Ⅱ	ビジネス学部 専門基礎科目	1	2	この科目は、会計手続の基礎として「会計基礎Ⅰ」で学んだ簿記一巡の手続きに基づき、さらに各勘定別記帳方法を学ぶ。対象企業を株式会社とし、「会計基礎Ⅰ」よりも複雑な手続（株式会社固有の手続）を扱うことで、会社法や金融商品取引法に規制される株式会社の仕組みも理解できるようにする。具体的には商品売買取引の記帳方法を3分法とし、個別取引、決算手続、および8桁精算表の作成、財務諸表の作成等を学修する。あわせて、資本金や利益に関して会社法の規定に沿った処理方法を学ぶ。なお、「会計基礎Ⅰ・Ⅱ」での学修を通じて、日商簿記3級程度の内容を修得する。	・会計における理論的枠組みの基礎知識を修得し、会計データを会計情報に加工する仕組みを理解している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・複式簿記の原理に基づき、基礎的な会計情報を作成することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・企業の財務内容に関心があり、会計情報を利用して考察することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎	・会計における理論的および制度的枠組みの基礎知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・複式簿記の原理に基づき、決算整理を行うことができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・会計情報を利用して考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）◎

科目名称	科目区分	配当年次	単位数	科目概要	到達目標（成績評価A）	単位修得目標（成績評価C）
リーダーシップ開発入門演習Ⅰ	ビジネス学部 専門基礎科目	1	2	この科目は、教員と学生とが意思疎通を図りつつ、学生同士が切磋琢磨し刺激を与えながら成長することを目指す。具体的には、一般的なグループワークを通じて引き出される思考力、表現力、主体性等について振り返った上で、自らの行動について、他者にはどのように映じたのか、自分は他者の行動をどのように感じたのか、何が不足していたのか、何が効果的だったのか等、相互フィードバックを行う。この相互フィードバックを通じて、自己理解や他者理解を深めると同時に、主体的に学ぶことや他者と協働することの関心・意欲・態度を涵養する。また、今後、自分らしいリーダーシップを発揮し実現したいことを論理的に思考し、表現する力を養成する。 （共同/全14回）	・グループワークを通じた課題解決において、個々のリーダーシップの発揮が重要であることと、リーダーシップの実践に最小三要素（1、目標共有 2、率先垂範 3、相互支援）が必要であることを理解する。（幅広い教養）○ ・グループワークと課題解決において、自ら主体的に行動するための基本的なコミュニケーションスキルを伝えるようになる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・グループワークと課題解決においてどのようなリーダーシップを発揮するかを考え、メンバーに共有することができる。（リーダーシップ）○ ・グループワークと課題解決において、グループとしての成果を高めるために自分ができることを他者に示すと同時に、他者の協力を仰ぐことができるようになる。（情報の分析とマネジメント）○	・リーダーシップの発揮において、多様性を理解したコミュニケーションが役に立つことを知る。（幅広い教養）○ ・リーダーシップの発揮において、論理的思考と多様性を理解したコミュニケーションスキルを初歩的に使えるようになる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・これまでに自らが経験したプロセスを振り返り、それぞれがどのようなリーダーシップを発揮しグループの成果にインパクトを与えたのか、そして、その学びを今後の行動にどのような活かすのかを振り返し、考えることができる。（リーダーシップ）○ ・自分らしいリーダーシップの探究を通じて、グループ内や授業内における主体的な学びと自身の成長することへの関心、意欲が醸成される。（情報の分析とマネジメント）○
リーダーシップ開発入門演習Ⅱ	ビジネス学部 専門基礎科目	1	2	この科目は、成果目標を共有し、自ら主体的に活動するとともに、他者を支援することの重要性を理解する入門科目である。具体的には、企業、公的部門もしくはNPO法人等の事業体に関係する課題が盛り込まれたケースを教員が提示し、学生は複数グループに分かれ、各グループで課題解決策を検討するためにグループワークを重ねていく。その後、各グループより発表された課題解決策について、教員が評価・フィードバックを行う。授業の各段階において、各グループが分析結果や解決策のディスカッションを行い、また資料等の作成を通して思考力と、思考力と表現力を鍛えるとともに、メンバーの多様な価値観や異なる持ち味を生かし、グループを目標に向かって動かしていく上で必要な主体性やコミュニケーション能力を養う。 （共同/全14回）	・リーダーシップの発揮において、論理的思考や多様性を理解したコミュニケーションが必要であることを理解する。（幅広い教養）○ ・リーダーシップの発揮において、論理的思考と多様性を理解したコミュニケーションスキルを伝えるようになる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・前期リーダーシップ開発入門演習Ⅰのグループ活動プロセスを振り返り、それぞれがどのようなリーダーシップを発揮しグループの成果にインパクトを与えたのか、そして、その学びを今後の行動にどのような活かすのかを考え、共有することができる。（リーダーシップ）○ ・自分らしいリーダーシップの探究を通じて、グループ内や授業内における主体的な学びと他者との協働によって成長することができる。（情報の分析とマネジメント）○	・グループワークを通じた課題解決において、個々のリーダーシップの発揮と、リーダーシップの実践に最小三要素（1、目標共有 2、率先垂範 3、相互支援）が伴うことを理解する。（幅広い教養）○ ・グループワークと課題解決において、自ら主体的に行動するための基本的なコミュニケーションスキルを部分的に使えるようになる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・グループワークと課題解決においてどのようなリーダーシップを発揮するかを考えることができる。（リーダーシップ）○ ・グループワークと課題解決において、グループとしての成果を高めるために自分ができることを他者に示すことができるようになる。（情報の分析とマネジメント）○
経営基礎Ⅱ	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は、経営学の導入であるが、「経営基礎Ⅰ」の内容を理論的に深めていくことをねらいとしており、経営学の様々な基礎的視点の基盤となっている重要文獻について概論的に学ぶ。学問における諸理論にはそれぞれ前提としている基本文獻というものがあり、それを応用したり批判したりすることで学問の発展が図られている。経営学が時代とともにどのように発展してきたのか、経営学が、経済や社会、産業発展の要請に対してどのように進化してきたかについて学修する。「経営基礎Ⅰ」と「経営基礎Ⅱ」について、大きくは「経営基礎Ⅰ」は事例、「経営基礎Ⅱ」は主要学説が登場した各文獻とそれぞれ異なるアプローチから共通して経営分野の基礎的内容を概論的に扱うため、両者の学修を通じて経営学の基礎理論を理解する。	・この授業で説明する経営学説の諸理論を経営学教育の基礎として修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・経営学説で取り上げる文獻を、現代の経営課題を解くツールとして活用することができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・経営学説の諸理論を考察することにより、経営学の実践可能性を思考し、それを表現することができる。（リーダーシップ）○ ・時代と共に変化するビジネス環境に関心をもち、社会の変動が経営学にどのような影響を与えてきたかについて分析することができる。（専門性・課題発見解決能力）○	・経営学説の諸理論を経営学教育の基礎として修得している（ビジネスの基礎知識）○ ・経営学説で取り上げる文獻を、現代の経営課題を解くツールとして部分的に活用することができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・経営学説の諸理論を考察することにより、経営学の実践可能性を思考し、それをあねね表現することができる。（リーダーシップ）○ ・時代とともに変化するビジネス環境に関心をもち、社会の変動が経営学にどのような影響を与えてきたかについて考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）○
経営戦略Ⅰ	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は、経営戦略論の基礎を学ぶ。「経営基礎Ⅰ」、「経営基礎Ⅱ」で扱う主要理論・主要学説の中で経営戦略論にとって重要なものを、時には反復的に事例に対して適用することで「経営基礎Ⅰ」、「経営基礎Ⅱ」の理解を徹底し、また時には応用的な内容を扱いながら経営戦略論にとって必要な視点を修得する。具体的には、経営戦略の理論を応用するために考案された数多くある戦略手法やツールの中から基本的なものを取り上げ、それらを「環境分析」、「成長戦略」、「競争戦略」などの流れに沿って学ぶことで、戦略策定プロセスと経営戦略の基礎理論を修得する。さらに多少の応用として、近年重要性を増している戦略的提携、海外経営戦略、新たな社会戦略であるCSV（共有価値創出）等に関して理解を深めることで、企業の経営戦略を分析できる能力を身につける。	・企業や組織が将来目標を達成できるか否かに関して、環境条件を分析する能力を備え、目標達成手段としての基礎的な経営戦略理論を修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・企業経営やビジネス上の問題について、経営戦略の主要理論を活用し分析することができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・経営戦略の知識をもとに、経営者・管理者の立場にたって経営課題の解決方法とその判断理由を論理的に表現することができる。（リーダーシップ）○ ・ケース・スタディを通じた企業活動の分析に興味・関心を有し、経営戦略の考え方や応用方法について活用することができる。（専門性・課題発見解決能力）○	・企業や組織が将来目標を達成できるか否かに関して、環境条件を考察する能力を備え、目標達成手段としての基礎的な経営戦略の知識を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・企業経営やビジネス上の問題について、経営戦略の基礎理論を理解している。（専門性・課題発見解決能力）○ ・経営戦略の知識をもとに、経営者・管理者の立場にたって経営課題の解決方法とその判断理由を論理的に表現することができる。（リーダーシップ）○ ・ケース・スタディを通じた企業活動の分析に興味・関心を有し、経営戦略の考え方や応用方法について考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）○
経営組織論Ⅰ	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は、経営組織論の基礎を学ぶ。「経営基礎Ⅰ」、「経営基礎Ⅱ」で扱われる主要理論・主要学説の中で経営組織論にとって重要なものを、時には反復的に事例に対して適用することで「経営基礎Ⅰ」、「経営基礎Ⅱ」の理解を徹底し、また時には応用的な内容を扱いながら経営組織論にとって必要な視点を修得する。具体的には、経営組織論の最重要古典の一つであるC.I.バーナードの「経営者の役割」の各章の展開に沿いつつ、経営組織論における視点並びに関連する諸学説を解説していく。内容としては、組織論の大前提となる「組織の定義」から始め、「組織構造」や「組織文化」といった観点から組織を体系的に捉えることを目的とした「マクロ組織論」や、組織メンバーの心理的側面に重心を置いている「ミクロ組織論」の基礎的項目について触れ、経営組織論の全体像を学修する。なお、この科目は「経営組織論Ⅱ」や「人の資源管理論」の前提となるものである。	・「組織」の概念や定義を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・組織現象に関する抽象的説明を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・抽象的に説明される組織現象を現実の事例に適用して検討することができる。（リーダーシップ）○ ・「組織」の概念や定義を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・組織現象に関する抽象的説明を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・抽象的に説明される組織現象を現実の事例に適用して検討することができる。（リーダーシップ）○	・「組織」の概念や定義の基礎的な理解ができる。（ビジネスの基礎知識）○ ・組織現象に関する抽象的説明を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・抽象的に説明される組織現象を現実の事例に適用して考えることができる。（リーダーシップ）○ ・「組織」の概念や定義を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・組織現象に関する抽象的説明を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・組織現象に関する抽象的説明を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・抽象的に説明される組織現象を現実の事例に適用して考えることができる。（リーダーシップ）○
マーケティング基礎Ⅱ	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は、マーケティング基礎Ⅰで取り扱う内容をふまえて、マーケティングの基礎概念の理解を深め、広げることと目的としている。具体的な内容としては、事業機会・事業領域・標的市場の選択や競争・流通・製品の分析等を講義する。さらには、価格・コミュニケーション・流通チャネルの対応等も紹介しつつ、サービス・マーケティングやソーシャル・マーケティング等も取り扱うことで、基礎的でより重要な概念を理解できるようにすることを目指す。なお、授業終わりにリアクションペーパーを書いてもらうことで、学修成果の把握の一助にする。	・マーケティングの基礎的な概念や概念の関連性を修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・マーケティングの知識や技能に基づき、企業の特徴や状況を思考した上で、マーケティング活動を考察し、顧客の課題解決について表現できる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・マーケティングの基礎的な概念や概念の関連性の知識を活用して、適切にケース分析を行うことができる。（情報の分析とマネジメント）○ ・マーケティングに関心があり、顧客の課題解決に関する活動について議論ができる。（リーダーシップ）○	・マーケティングの基礎的な概念や概念の関連性が理解できる。（ビジネスの基礎知識）○ ・マーケティングの基礎的な概念や概念の関連性の知識を活用して、最低限のケース分析を行うことができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・マーケティングの知識や技能に基づき、企業の特徴や状況を思考した上で、マーケティング活動を考察し、顧客の課題解決について必要最小限の表現ができる。（情報の分析とマネジメント）○ ・マーケティングに関心があり、顧客の課題解決に関する活動について考えることができる（リーダーシップ）○
消費者行動論Ⅰ	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は基幹科目である。主要科目として専門知識を深めるものである。この科目は、消費者行動論に関連する基礎的な概念と考え方を身につけ、自分で使えるようになることを目的とする。マーケティングでは常に消費者が焦点となる。消費者について適切な理解と深い洞察を得るには、有用な理論と概念が必要となることは論を待たない。この授業では、消費者理解や消費者との関係構築・維持、価値創造などにかかわる現実的な問題を考える際に、いかに消費者行動論の基礎概念・考え方が役立つのかについて検討する。大まかな内容としては、①消費者行動論という分野の概要、②個人としての消費者、③個人消費者へのマーケティング、④社会的存在としての消費者の4項目を扱う。例えば個々の消費者は社会（他の消費者やオピニオンリーダー、企業などの他者）や制度、価値の規範といったある種のルールとどのように関わるのか、普及や流行といった現象はどのように起るのか、身近な事例を通して理解を深めていく。この内容のうち概ね前半の部分を扱うものである。	・この授業で紹介される消費者行動論の基礎的な概念や理論を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・消費者行動論の基礎的な概念や理論を使って問題を自分の頭で整理し、自分のことばで他者に明確にその問題の本質を書いて、また話して伝えることができる。（情報の分析とマネジメント）○	・この授業で紹介される消費者行動論の基礎的な概念や理論の理解ができる。（ビジネスの基礎知識）○ ・消費者行動論の基礎的な概念や理論を使って、自分のことばで他者に説明することができる。（情報の分析とマネジメント）○

科目名称	科目区分	配当年次	単位数	科目概要	到達目標（成績評価A）	単位修得目標（成績評価C）
消費者行動論Ⅱ	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は基幹科目である。主要科目として専門知識を深めるものである。 この科目は、消費者行動論に関連する基礎的な概念や考え方を身につけ、自分で使えるようになることを目的とする。マーケティングでは常に消費者が焦点になる。消費者について適切な理解と深い洞察を得るには、有用な理論と概念が必要となることは論を待たない。この授業では、消費者理解や消費者との関係構築・維持、価値創造などにかかわる現実的な問題を考える際に、いかに消費者行動論の基礎概念・考え方が役立つのかについて検討する。大きな内容としては、①消費者行動論という分野の概要、②個人としての消費者、③個人消費者へのマーケティング、④社会的存在としての消費者の4項目を扱う。例えば個々の消費者は社会（他の消費者やオピニオンリーダー、企業などの他者）や制度、価値の規範といったある種のルールとどのように関わるのか、普及や流行といった現象はどのように起きるのか、身近な事例を通じて理解を深めていく。この内容のうち概ね後半の部分を使うものである。	・この授業で紹介される消費者行動論の基礎的な概念や理論を理解している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・消費者行動論の基礎的な概念や理論を使って問題を自分の頭で整理し、自分のことばで他者に明確にその問題の本質を書いて、また話して伝えることができる。（情報の分析とマネジメント）○	・この授業で紹介される消費者行動論の基礎的な概念や理論の理解ができる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・消費者行動論の基礎的な概念や理論を使って、自分のことばで他者に説明することができる。（情報の分析とマネジメント）○
統計学基礎演習Ⅰ	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は、統計解析の基礎となる考え方やその手法について修得することを目的とする。また演習を行い、データを分析することを通じて、統計学を経営学や経済学へ応用する力を養うことも目的とする。具体的な内容としては、記述統計や、推測統計の基礎、推定と検定、重回帰分析について講義を行う。さらに講義で学んだ内容に基づいて、学生自身がエクセル等を利用して実際にデータの分析を行うことを通じて、統計解析の基礎を身に付ける。	・この授業で扱う記述統計と推測統計（推定・検定）の知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・推測統計の理論に照らして、実データで推定・検定を活用することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・統計の知識で社会現象を考察し、データを用いた議論の展開ができる。（リーダーシップ）○ ・データに基づいて判断し、その結果を実践的に活用することができる。（情報の分析とマネジメント）◎	・この授業で扱う記述統計と推測統計（推定・検定）の基礎的な知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・推測統計の理論に照らして、実データで推定・検定をすることができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・統計の知識で社会現象を考察し、データを用いた議論ができる。（リーダーシップ）○ ・データに基づいて判断し、その結果を活用することができる。（情報の分析とマネジメント）◎
統計学基礎演習Ⅱ	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は、統計学基礎演習Ⅰで学んだ内容を踏まえて、様々な種類の検定方法や、複数のデータを同時に分析する「多変量解析」の考え方の基礎を修得することを目的とする。さらに、ソフトウェアを利用したデータ分析の演習を行うことで社会へ応用、実践する力を養うことを目的とする。具体的な内容としては、統計学基礎演習Ⅰの復習を簡単にを行ったあとに、重回帰分析、ロジスティック回帰、主成分分析、ベイズ統計の入門、クラスタリングなどについて講義を行う。さらに講義した分析手法について、学生自身がエクセルやRなどのソフトウェアを用いて実際にデータの分析を行う。	・統計学の基礎、多変量解析の基礎的な知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・多変量解析の知識に基づき、実データでソフトを使いながら活用することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・統計の知識で社会現象を考察し、分析結果を用いて効果的に議論ができる。（リーダーシップ）○ ・世の中にあるデータを分析して、実践的に活用することができる。（情報の分析とマネジメント）◎	・統計学の基礎、多変量解析の基礎的な知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・多変量解析の知識に基づき、実データでソフトを使うことができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・統計の知識で社会現象を考察し、分析結果を用いて議論ができる。（リーダーシップ）○ ・世の中にあるデータを分析し、活用することができる。（情報の分析とマネジメント）◎
ミクロ経済学基礎Ⅱ	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は、ミクロ経済学基礎Ⅰで学んだことを土台として、市場における配分が必ずしも最適とはならない課題の基礎を学習する。独占、外部経済・不経済、情報の非対称性などの問題がある場合である。その上で、これらの問題に対する政策的対応のあり方についても分析する。また、市場における配分は、所得の分配といった観点からは難しい問題を抱えていることも考察する。日本や世界の現実的な経済問題の理解に基礎理論がどのように役立つかについても学習する。	・市場の失敗に関する様々な場合の知識を有している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・独占、外部性（外部経済・不経済）、情報の非対称性等の問題について分析の技術を身に付ける。（専門性・課題発見解決能力）○ ・市場の失敗に関する知識や分析技能に基づいて、現実の経済におけるこれらの問題に対する政策的対応について考察したり、対策を策定して議論することができる。（リーダーシップ）◎ ・日本や世界の実際の経済問題について理解と対応について主として市場の失敗の観点から検討することができる。（専門性・課題発見解決能力）△	・市場の失敗に関する様々な場合の知識を有している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・独占、外部性（外部経済・不経済）、情報の非対称性等の問題についての理解ができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・市場の失敗に関する知識や分析技能に基づいて、現実の経済におけるこれらの問題に対する政策的対応について考察し議論することができる。（リーダーシップ）◎ ・日本や世界の実際の経済問題について理解と対応について主として市場の失敗の観点から検討することができる。（専門性・課題発見解決能力）△
マクロ経済学基礎	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は基幹科目である。主要科目として専門知識を深めるものである。 この科目は、マクロ経済学の基礎を学習することでマクロ経済学の観点による考え方や捉え方の基礎を身に付けることを目的とする。マクロ経済学が、集計量、あるいは集計量同士の関係に関する学問であることや、景気循環、インフレーション、デフレーションの概念について学んだあとに、GDPと物価指数統計の意味を正しく理解する。引き続き経済成長の概念、その決定要因を概観する。さらに、貯蓄と投資の概念、両者を結びつける金融システムの役割についても学ぶ。これらを準備として、短期のマクロ経済均衡におけるGDP決定理論を学習し、乗数の考え方を理解し、使えるようになることを目標とする。	・マクロ経済学の基礎概念であるGDP、インフレーション、景気変動、経済成長の概念について理解できる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・貯蓄、投資、利子率の概念を理解し説明できる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・GDP決定の基本理論である所得支出アプローチを身につけ、様々な現実のマクロ経済問題に応用し考え、議論することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎（リーダーシップ）○	・マクロ経済学の基礎概念であるGDP、インフレーション、景気変動、経済成長の概念について理解できる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・貯蓄、投資、利子率の概念の基礎的な理解ができる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・GDP決定の基本理論である所得支出アプローチを身につけ、様々な現実のマクロ経済問題に応用することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎（リーダーシップ）○
金融入門	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は基幹科目である。主要科目として専門知識を深めるものである。 この科目は、経済取引における金融の仕組みやその役割を理解するために、入門的な金融理論や金融機関の行動を理解することを目的とする。金利や貨幣、株式と債券などの基本的な特徴を理解をした上で、金融商品の特性やリスクとリターンとの関係を学習する。さらに、ライフプランニングや人生のリスク、資産形成とローンなど、金融リテラシーの考え方についても学習する。	・金利やリスクとリターンの関係など、入門的な金融理論に関する理解をすることができる（ビジネスの基礎知識）◎ ・金融取引の理解に加え、わが国の金融システムに関する知識を得ることができる。（情報の分析とマネジメント）◎ ・貨幣や債券のみならず物価や為替レートの特徴を理解し、金融市場の動向に関心を持ちその特性について理解できる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・金融商品の特徴に関する理解をした上で、自身がそのリスクとリターンを考慮に入れた選択や行動をとることができるようになる。（リーダーシップ）○	・金利やリスクとリターンの関係など、金融理論の初歩的な理解ができる（ビジネスの基礎知識）◎ ・金融取引の基礎的な理解に加え、わが国の金融システムに関する入門的な知識を得ることができる。（情報の分析とマネジメント）◎ ・貨幣や債券のみならず物価や為替レートの特徴を理解し、金融市場の動向に関心を持ちその特性について理解しようとする。（専門性・課題発見解決能力）○ ・金融商品の特徴に関する基礎的な理解をし、自身がそのリスクとリターンを考慮に入れた選択や行動をとることができるようになる。（リーダーシップ）○
財務会計Ⅰ	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は、財務会計を考察対象とし、株式会社が作成・提供する財務諸表の基礎概念について学ぶことで、作成方法のもとよりの読解力を養う。1年次配当の「会計基礎Ⅰ・Ⅱ」では主に会計手続を学習するが、本講義では会計手続の理論的背景を学び、3・4年次配当の「会計演習A」につなぐ。具体的には、主に「財務会計の基礎理論」「会計制度」「資産会計」を説明する。なお「会計制度」においては、金融商品取引法、会社法、国際財務報告基準（IFRS）にも触れ、財務会計情報の信頼性を保証する仕組み（監査）についても講義対象とする。	・財務会計の意義を理解し、その理論的枠組みに関する知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・財務会計の知識や複式簿記の技能に基づき、応用的な会計情報（特にB/S情報）を作成することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・企業の財務内容に関わり、会計情報を利用して考えることができる。（情報の分析とマネジメント）○	・財務会計で用いられる専門用語の概要を理解し、基本的な説明ができる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・財務会計制度のもと、基本的な会計情報（特にB/S情報）を作成することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・企業の財務内容に関心を持ち、会計情報を理解しようとする。（情報の分析とマネジメント）○

科目名称	科目区分	配当年次	単位数	科目概要	到達目標（成績評価A）	単位修得目標（成績評価C）
原価計算Ⅰ	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は、「会計基礎Ⅰ・Ⅱ」の内容をさらに進め、製造業が製品を製造するためににかかった原価（製造原価）を計算する手続きを学ぶ。原価計算は実務に直結する学問であるため、多くの計算演習を通して理解を深めると同時に、その根拠にある考え方を理解し学問としての原価計算も学ぶ。原価計算Ⅰでは、原価計算の基礎（原価計算の意義と目的、原価の分類、等）、原価計算の原則と手続き、費目別計算（材料費計算、労務費計算、製造経費計算）および部門別原価計算を中心として扱う。	・この授業で扱う原価計算の概念と基礎知識（費目別計算および部門別原価計算）を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・原価計算の理論に照らして、その手続きに沿って簡単な計算演習ができ、製造原価報告書を準備することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・原価計算の知識や技能に基づき工業簿記の背景を考察し、製造業の財務状況について表現できる。（リダーシップ）○ ・原価計算に関心があり、製造業上場企業の決算発表の理解ができる。（情報の分析とマネジメント）○	・この授業で扱う原価計算の概念と基礎知識（費目別計算および部門別原価計算）を概ね理解している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・原価計算の理論に照らして、その手続きに沿って簡単な計算演習が概ねでき、製造原価報告書を準備しようと努力している模様が感じられる。（技能）◎ ・基本的な原価計算の知識や技能に基づき工業簿記の背景を考察し、製造業の財務状況について表現しようとする努力が増える。（思考・判断・表現）○ ・原価計算に関心があり、製造業上場企業の決算発表の理解に向けての努力が感じられる（関心・意欲・態度）△
リーダーシップ開発基礎演習	ビジネス学部 専門基幹科目	2	2	この科目は、リーダーシップ開発入門演習Ⅰ同様に、企業、公的部門もしくはNPO法人等の事業体に関係する課題が盛り込まれたケースを教員が提示し、学生はグループワークを重ね、課題解決案を提案する形式を取る。なお、これまでの学びで獲得した専門分野に係る知識・技能と、リーダーシップ開発入門演習Ⅱで思考した自分らしいリーダーシップを発揮し、リーダーシップ開発入門演習Ⅰよりも質の高いグループワークの取組みや課題解決案のプレゼンテーションを行う。教員は学生と意思疎通を図りつつ、知的な基盤に裏付けられた能力が発揮できるよう指導していく。	・グループワークを通じた課題解決において、リーダーシップの実践のために自分を客観的に理解する。（幅広い教養）○ ・グループワークと課題解決ならびにクラス内外において、自ら主体的に行動するための多様なコミュニケーションスキルを使えるようになる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・グループワークと課題解決ならびにクラス内外において、どのように自分らしくリーダーシップを発揮するかを考え行動計画を立てる。また、それをグループメンバーならびに他者に共有することができる。（リダーシップ）◎ ・グループワークと課題解決ならびにクラス内外において、自分ができることを他者に示し、他者の協力を仰ぐことができるようになる。（専門性・課題発見解決能力）◎	・グループワークを通じた課題解決において、リーダーシップの実践のために自分を理解する意識をもつ。（幅広い教養）○ ・グループワークと課題解決ならびにクラス内外において、自ら行動するための基本的なコミュニケーションスキルを使えるようになる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・グループワークと課題解決ならびにクラス内外において、どのようにリーダーシップを発揮するかを考える。また、それをグループメンバーならびに他者に共有することができる。（リダーシップ）◎ ・グループワークと課題解決ならびにクラス内外において、自分ができることを他者に示し、他者の協力を仰ぐことができるようになる。（専門性・課題発見解決能力）◎
経営戦略論Ⅱ	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、「経営戦略論Ⅰ」で学んだ経営戦略論の基礎的知識をもとに、さらに発展的な内容を深める。企業を取り巻く外部環境が大きく変化する中で、企業が存続するためには、環境変化に適応しつつ、外部環境と企業内部の資源と能力をうまく適合させなければならない。このための長期的な道筋を示したものが経営戦略である。「経営戦略論Ⅱ」では、企業の競争力の獲得・向上の観点から「成長戦略」「競争戦略」「戦略と組織実装」「経営戦略とCSR」「グローバル戦略」等について取り上げ、具体的な事例を通して理論の有効性を確認しつつ、理論を応用するための考え方を深めていく。また、討議形式を随時取り入れていくことで、学生の積極性を涵養するとともに理解の促進を図る。	・経営戦略についての理論と戦略を策定するためのツールを理解している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・経営戦略を策定するための基本的なツールを用いることができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・具体的な事例において戦略実行の結果を調べ、その成功要因や失敗要因を分析し、説明できる。（リダーシップ）○ ・実際のビジネスのなかで経営戦略のフレームワークがどのように使われているかに関心を持ち、自ら「戦略」的に物事を考え、説明することができる。（情報の分析とマネジメント）○	・経営戦略についての理論と戦略を策定するための基本的なツールを理解している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・経営戦略を策定するための基礎的なツールを用いることができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・具体的な事例において戦略実行の結果を調べ、その成功要因や失敗要因を考え議論できる。（リダーシップ）○ ・実際のビジネスのなかで経営戦略のフレームワークがどのように使われているかに関心を持ち、自ら「戦略」的に考えることができる。（情報の分析とマネジメント）○
経営組織論Ⅱ	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、「経営組織論Ⅰ」で学修した内容を発展させていく。「経営組織論Ⅰ」では「組織の定義」「マクロ組織論」「ミクロ組織論」のそれぞれにおいて基礎的項目を扱うが、この科目は範囲を関連領域にまで拡張して「経営組織論Ⅱ」では取り上げられなかった他の学説について取り上げていき、それら学説を比較していく。その比較を通じて、学説間で問題となっているものがあるのか、その問題の所在だけで十分なのか、すなわち、見落とされた問題はないのかといった点について、組織運営に関連すると考えられるニュースや世間の話題を念頭に検討していく。進め方は、「経営組織論Ⅰ」の内容から事前にテーマを選択し、それに関する講義を行い、その後全体的な討議を行う。講義では学説の比較まで扱い、討議で検討を加えていく。学生は、基本的な視点に対する理解、それに対する批判的思考、積極的な発言姿勢などを身に付ける。	・授業内で紹介された用語、概念、理論等を理解している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・組織について、過去・現在の実例に則して多面的に論じることができる。（リダーシップ）○ ・組織と組織メンバーとの関係について、過去・現在の実例に則して多面的に論じることができる。（リダーシップ）○ ・日本の働く現場における組織と個人との今後のあり方について、自分なりの理想型を定めることができる。（専門性・課題発見解決能力）○	・授業内で紹介された用語、概念、理論等の基本的な理解ができる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・組織について、過去・現在の実例に則して論じることができる。（リダーシップ）○ ・組織と組織メンバーとの関係について、過去・現在の実例に則して論じることができる。（リダーシップ）○ ・日本の働く現場における組織と個人との今後のあり方について、自分なりの理想型を考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）○
コーポレート・ガバナンス	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、近時非常に注目されている「コーポレート・ガバナンス」についての理解を深める。コーポレート・ガバナンス（企業統治）とは、企業価値を向上させるための経営者に対する監督の仕組みである。そこで、まず総論として、取締役等の会社経営者の受託者責任、法令遵守義務（コンプライアンス）、経営判断原則等のコーポレート・ガバナンスの根幹に関する基礎概念を理解する。つぎに各論として、わが国の経済において特に重要な役割を担っている銀行や証券会社等の金融機関を対象として取り上げて、コーポレート・ガバナンスの具体的な展開を学ぶ。また、コーポレート・ガバナンスは、米国発祥で後にはわが国にもたらされたという経緯があるため、米国法におけるコーポレート・ガバナンスにも適宜言及して理解を深める。	・この授業で扱う受託者責任（フィデューシャリ・デューティー）の概念や法令遵守（コンプライアンス）に関する知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・会社の具体的な意思決定の合理性を判断する際に、経営判断原則の理論を活用することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・金融規制に関する知識に基づいて金融機関とその取締役等の法的責任の有無を分析したり考察したりできる。（リダーシップ）○ ・ビジネスのルールに関心があり、公平な制度・解釈を求めることができる。（専門性・課題発見解決能力）○	・この授業で扱う受託者責任（フィデューシャリ・デューティー）の概念や法令遵守（コンプライアンス）に関する基本的な知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・会社の具体的な意思決定の合理性を判断する際に用いられる経営判断原則の内容を理解している。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・金融規制に関する知識を有しており金融機関とその取締役等の法的責任の内容を理解している。（リダーシップ）○ ・ビジネスのルールについての関心があり、公平な解釈について考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）○
中小企業論	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、地域社会との関わりが深く企業の大半を占める中小企業が、どのように経営環境の変化に対応してきたのか、大企業とは異なる中小企業経営の特質や課題は何か、業種別、地域別によいような違いがあるのか、といった点に関して講義をする。そのため、企業の誕生期ともいうべき「起業活動」にはじまり、「地域（地場）産業と中小企業経営」「中小企業のネットワーク組織」「中小企業のイノベーション」「中小企業の国際経営」といった幅広いテーマを扱う。さらに、それを支える中小企業政策にも言及することで、社会における中小企業の存立意義と役割を理解するとともに中小企業経営を診る力を養う。	・中小企業の実態と課題ならびに中小企業経営の知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・経営学の理論を活用し、個別企業の強みや弱みを明らかにすることができる（専門性・課題発見解決能力）◎ ・経営学の知識や理論に基づき、中小企業経営者や管理者の立場にたって経営判断を提示し、その理由を定性的、定量的側面から論理的に表現することができる。（リダーシップ）○ ・多様な中小企業（地場産業、社会的企業、起業活動、ベンチャー企業など）に興味・関心を有し、大企業とは異なる中小企業の特質が理解できる。（情報の分析とマネジメント）◎	・中小企業の実態と課題ならびに中小企業経営の基本的な知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・経営学の理論を活用し、個別企業の強みや弱みを考察することができる（専門性・課題発見解決能力）◎ ・経営学の知識や理論に基づき、中小企業経営者や管理者の立場にたって経営判断を提示し、その理由を論理的に表現することができる。（リダーシップ）○ ・多様な中小企業（地場産業、社会的企業、起業活動、ベンチャー企業など）に興味を示し、大企業とは異なる中小企業の特質を考えることができる。（情報の分析とマネジメント）◎
現代経営事情	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、実務の最前線を体験することを通じて、経営の基礎概念や新しい潮流などについて、実践的な意味で理解を深めることを目的とする。まとして実務経験のある研究者や企業・組織等を責任ある業務に従事した経験を有する実務家をゲスト・スピーカーとして招聘したり、実態の企業に協力を得て、現場における経営のあり方について触れたりとし、学修した知識の適用を図る。学生は、実態に見出したことを経営学的視点から分析・整理・批判的検討を加えることで、それまで学修した内容と現場での現実とを的確に関連づけるための能力を身に付ける。	・見聞した実務の現状に対してそれまで学修した経営学の理論・概念等を適用して分析できる。（リダーシップ）◎ ・見聞した実務の現状を通して、経営学の既存の理論・概念等で説明できない事実を指摘できる。（リダーシップ）◎ ・上記の分析内容や事実発見に関する知見を他者と共有することで、理解や視点をさらに深めることができる。（専門性・課題発見解決能力）○（リダーシップ）◎ ・見聞した実務の現状を通して、卒業後のキャリアイメージをより深く検討できる。（専門性・課題発見解決能力）◎	・見聞した実務の現状に対してそれまで学修した経営学の理論・概念等を適用して考えることができる。（リダーシップ）◎ ・見聞した実務の現状を通して、経営学の既存の理論・概念等で説明できない事実を考察できる。（リダーシップ）◎ ・上記の分析内容や事実発見に関する知見を他者と共有することで、理解や視点を深めることができる。（専門性・課題発見解決能力）○（リダーシップ）◎ ・見聞した実務の現状を通して、卒業後のキャリアイメージを検討できる。（専門性・課題発見解決能力）◎

科目名称	科目区分	配当年次	単位数	科目概要	到達目標（成績評価A）	単位修得目標（成績評価C）
国際経営論	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、「サステイナビリティ（持続可能性）」をキーワードに経営のあり方 を考える。多国経営と日本のドメスティックな長寿企業とを対照しながら、サス ティナブル・マネジメントを指向する上での両者の相違点や共通点を検討してい く。 初期の国際経営においては、地球規模でのマーケット戦略が論じられ、この科目で もその基礎的な戦略課題について説明していく。また、近年の国際経営論におい ては、社会的な課題に取り組むソーシャル・マネジメントの考え方が取り入れられて おり、このような新たな視点について説明していく。ソーシャル・マネジメントに おいては、多国経営企業への社会からの信頼や共感が生みだされてくる。グローバ ルな社会と共生している現代の国際経営について学ぶことで、サステイナブル・マ ネジメントの基礎について検討していく。世界に目を広げたグローバル人材となる学生 に向けて、国際経営の基礎と進化を伝えていく。	・この授業で取り上げる、国際経営の基礎理論およびソーシャル・マネジメントと いう国際経営の新たな論点を知識として理解することができる。（ビジネスの基礎 知識）○ ・国際経営を担う学生が、本授業を履修することで、主体的に国際的な経営課題を 理解し、経済的弱者を支援することができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・日本の長寿企業の経営思想を考察し、国際的なサステイナブル・マネジメントの 方策を具現化する思考を表現することができる。（リーダーシップ）○ ・国際的な課題に取り組む、グローバル企業の活動に関心を持ち、学生自らが国際 経営の主役として活動するための考えを持つことができるようになる。（専門性・ 課題発見解決能力）◎	・この授業で取り上げる、国際経営の基礎理論およびソーシャル・マネジメントと いう国際経営の新たな論点を理解することができる。（ビジネスの基礎知識）○ ・国際経営を担う学生が、本授業を履修することで、主体的に国際的な経営課題を 理解し、経済的弱者を支援しようとすることができる。（専門性・課題発見解決能 力）○ ・日本の長寿企業の経営思想を考察し、国際的なサステイナブル・マネジメントの 方策を思考することができる。（リーダーシップ）○ ・国際的な課題に取り組む、グローバル企業の活動に関心を持ち、学生自らが国際 経営の主役として活動しようと考えることができる。（専門性・課題発見解決能力 ）◎
人的資源管理論	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、「経営組織と多様性」をキーワードに組織と個人との関係を考える。 「働き方改革」の名の下、労働者の働き方に対する認識が社会的に変化しつつある 現在において、人的資源管理の改善が社会的問題となっている。しかしながら、変 革する組織においては組織文化が組織変革の促進や妨害の大きな力となるため、 人的資源管理には組織論の知識が不可欠である。そこで、要所において経営組織論 の視点を応用しながら、今後の日本における人的資源管理のあり方について検討す る。 具体的には、これまでの日本社会における人的資源管理の制度や特徴、それが与え た影響の利点・欠点を紹介し、組織内の個人の傾向といった心理的側面に注目しな がら、環境変化に合わせた組織文化の変容をいかに起こすべきか、多様性のある組 織には何がよいかの2点を柱として検討する。討議形式を随時取り入れていくこと で、学生の積極性を画策するとともに理解の促進を図る。	・日本で行われている人的資源管理について現状を理解している。（ビジネスの基 礎知識）◎ ・人的資源管理の施策について組織論の観点から検討できる。（情報の分析とマネ ジメント）○ ・今後の日本における人的資源管理の望むべきあり方について自分なりに論じるこ とができる。（リーダーシップ）◎	・日本で行われている人的資源管理について現状の基礎的理解ができる。（ビジ ネスの基礎知識）◎ ・今後の日本における人的資源管理の望むべきあり方について自分なりに考えるこ とができる。（リーダーシップ）◎ ・人的資源管理の施策について組織論の観点から考えることができる。（情報の分 析とマネジメント）○
事業創造論	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は発展応用科目である。 この科目は、起業家精神やイノベーション、新規事業の創造に関する理論と実践 を学ぶ科目である。その主な内容は次のものを含むものである。 起業家精神と起業家特性として、起業家の特性や行動。起業家精神の概念につ いて学ぶ。起業家の資質や能力、リスクテイキング、創造性、リーダーシップなどにつ いて探求する。また、アイデア創出とアイデアマネジメントに関し、新しいビジ ネスアイデアの前向きな収集、評価、選択、開発について学ぶ。アイデアの発見やブ レインストーミングの手法、マーケットニーズの特定、競争分析などに焦点を当て る。このほか、ビジネスプランの作成について、新規事業の構想を具体化するた めのビジネスプランの作成方法について学ぶ。市場分析、戦略策定、財務プランニ ング、マーケティング戦略、組織設計など、ビジネスプランの要素を網羅的に扱う。 さらに、リスク評価とマネジメントにおいて、事業創造に伴うリスクの評価やマネ ジメント手法について学ぶ。市場リスク、技術リスク、財務リスクなど、起業や新 規事業におけるリスク要因を分析し、リスクを最小化するための戦略を探求する。	・事業創造と起業プロセスに関する知識を修得している。（ビジネスの基礎知識） ◎ ・事業創出事例やスタートアップ事例に関して基本的なツールを用いて分析するこ とができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・具体的な事例を比較・分析した上で事業創造の成功要因、失敗要因を説明するこ とができる。（リーダーシップ）○ ・社会的課題等を題材に自ら新事業の案を提示するなど事業創造への理解ができ る。（専門性・課題発見解決能力）○	・事業創造と起業プロセスに関する基本的な知識を修得している。（ビジネスの基 礎知識）◎ ・事業創出事例やスタートアップ事例に関して基本的なツールを用いて考えるこ とができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・具体的な事例を比較・分析した上で事業創造の成功要因、失敗要因を考察でき る。（リーダーシップ）○ ・社会的課題等を題材に自ら新事業の案を提示するなど事業創造への適用ができ る。（専門性・課題発見解決能力）○
ビジネスモデル論	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は発展応用科目である。 ビジネスモデルの科目では、企業や組織の収益構造と価値提供の方法に焦点を当て、ビジ ネスの成長や競争力を向上させるための理論と実践を学ぶ。その主な内容は次のものを 含むものである。 「ビジネスモデルの概念と要素として、ビジネスモデルの基本概念と要素について学ぶ。ビ ジネスモデルの定義、収益モデル、顧客セグメント、価値提案、チャネル、顧客関係、キヤ プティビティ、リソース、パートナーシップ、費用構造などに焦点を当てる。また、ビジ ネスモデルの分析と評価に関し、既存のビジネスモデルの分析と評価方法について学ぶ。SWOT 分析、ポーターの競争戦略、価値網分析、競合分析などを活用して、ビジネスモデルの強みや弱 点を把握する。さらに、ビジネスモデルの設計と革新において、新しいビジネスモデルの設計 と革新について学ぶ。顧客ニーズの特定、マーケット調査、競争分析などを通じて、新たな ビジネスモデルのアイデアを創出し、開発する方法を学ぶ。このほか、デジタルビジネスモデル として、デジタル技術やインターネットの進化がもたらすビジネスモデルの進化について学 ぶ。プラットフォームビジネス、デジタルマーケティング、オムニチャネル戦略、デジタルト ランスフォーメーションなど、デジタル時代におけるビジネスモデルの特徴と展開に焦点を当 てる。さらに、ビジネスモデルの実践と事例に関し、実際のビジネスモデルの実践と成功事 例、失敗事例について学ぶ。有名企業やスタートアップ企業の事例を分析し、ビジネスモデル の要素や戦略の具体的な展開方法について探求する。また、学生自身がグループプロジェクト やケーススタディを通じて、実践的なビジネスモデルの開発や改善に取り組むこともある。	・ビジネスモデルの概念とフレームワークを理解している。（ビジネスの基礎知 識）◎ ・代表的企業のビジネスモデルを説明することができる。（専門性・課題発見解決 能力）◎ ・具体的な企業事例を対象に、そのビジネスモデルを分析し特徴を明示することが できる（リーダーシップ）○ ・ビジネス社会において次々と生まれているビジネスモデルに関心を持ち、それを 理解することができる。（情報の分析とマネジメント）○	・ビジネスモデルの概念とフレームワークの基礎的な理解をしている。（ビジ ネスの基礎知識）◎ ・代表的企業のビジネスモデルを考えることができる。（専門性・課題発見解決能 力）◎ ・具体的な企業事例を対象に、そのビジネスモデルを分析し特徴を考察すること ができる（リーダーシップ）○ ・ビジネス社会において次々と生まれているビジネスモデルに関心を持ち、それを 理解しようとしている。（情報の分析とマネジメント）○
経営学特論	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は発展応用科目である。 この科目では、芸術・文化分野における組織の運営やプロジェクトの管理につ いて学ぶ。アート産業の特性や課題、芸術家との協働、文化政策など、アートとビ ジネスの融合に関する知識とスキルを習得する。その主な内容は次のものを含むもの である。 アート産業の概観として、アート産業の特性やビジネスモデル、市場動向につ いて学ぶ。美術、音楽、演劇、映画、デザインなど、さまざまなアート分野の経済的 な側面やトレンドを理解する。また、アートマーケティングに関し、アート作品や 芸術イベントのマーケティング戦略について学ぶ。ターゲットオーディエンスの特 定、ブランディング、プロモーション、価格設定など、アート作品の魅力を引き出 し、市場での需要を喚起する手法を探求する。さらに、アートプロジェクトの企画 と運営について、アートプロジェクトの企画と運営に関するスキルを学ぶ。プロ ジェクトマネジメントの基礎、予算管理、リスク管理、チームの組成、スケジュー ル管理など、アートプロジェクトの成功に必要な要素を習得する。	・アートマネジメントに関する専門的知識を修得し、アート現場の実態を理解して いる。（ビジネスの基礎知識）○ ・経営学の理論を活用し、意思決定することができる。（専門性・課題発見解決 能力）◎ ・経営学の知識や理論に基づき、芸術・文化事業の経営者・経営管理者の立場から 経営判断を提示し、その理由を論理的に説明することができる。（リーダーシ ップ）◎ ・多様な芸術・文化に興味・関心を有し、アート分野ならではのマネジメントに 応用して考えることができる。（情報の分析とマネジメント）◎	・アートマネジメントに関する専門的知識を修得し、アート現場の実態の基礎的な 理解ができる。（ビジネスの基礎知識）○ ・経営学の理論を用いて意思決定することができる。（専門性・課題発見解決能 力）◎ ・経営学の知識や理論に基づき、芸術・文化事業の経営者・経営管理者の立場から 経営判断を提案し、その理由を説明することができる。（リーダーシップ）◎ ・多様な芸術・文化に興味・関心を有し、アート分野ならではのマネジメントを学 ぼうとしている。（情報の分析とマネジメント）◎
ビジネスと法A	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、企業の対外的営利活動を支える基本的ルールである「商法」（商法範 則・商行為）と、支払決済のための重要なルールである「手形法・小切手法」を講 義する。商法においては、大量・反復・継続を特色とする企業取引に対して、法は どのような趣旨・目的で、いかなる制度・規定を置いているのかを重点的に学ぶ。 手形法・小切手法においては、支払決済が公正・円滑に行われるための厳密な利益 考量がいかにおこなわれているのか（有価証券法理）を理解し、さらに、現代にお ける支払決済の電子化に対応して制定された「電子記録債権法」についても学ぶ。	・この授業で扱う商法の概念や有価証券の知識を修得している。（ビジネスの基礎 知識）◎ ・有価証券法理に照らして、手形を巡る法的諸問題を解決することができる。（専 門性・課題発見解決能力）○ ・商法総則・商行為の知識に基づき、広く日常の経済活動を考察できる。（リー ダーシップ）○ ・ビジネスのルールに関心があがり、公平な制度・解釈を求めることができる。（専 門性・課題発見解決能力）○	・この授業で扱う商法の概念や有価証券の基礎を理解している。（ビジネスの基礎 知識）◎ ・有価証券法理に照らして、手形を巡る法的諸問題を考察することができる。（専 門性・課題発見解決能力）○ ・商法総則・商行為の知識に基づき、広く日常の経済活動を考察できる。（リー ダーシップ）○ ・ビジネスのルールに関心を持している。（専門性・課題発見解決能力）○
ビジネスと法B	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、企業組織とその運営に関して規定している「会社法」と、企業が資金 調達を行う資本市場に関する規定である「金融商品取引法」とを中心的に学ぶ。会 社法においては、とくに株式の意義と機関の機能・役割とを深く理解する。金融商 品取引法においては、投資者（株主）の保護を目的として置かれている、開示制 限・実効制・不正取引規制等の制度趣旨を理解する。会社法・金融商品取引法は 共に、米国法の影響を強く受けて制定・改正されているので、必要に応じ米国法の 知見も併せて紹介することで、会社法・金融商品取引法の多角的な理解を目指す。	・この授業で扱う会社法に関する法的概念や証券取引規制の知識を修得している。 （ビジネスの基礎知識）◎ ・会社法・金融商品取引法を支える基礎理論を活用して、株主・投資者その他の当 事者間における適切な利害調整を図ることができる。（専門性・課題発見解決能 力）◎ ・会社法や金融商品取引法の知識に基づいて、社会における企業の経済活動の意味 や証券市場の機能を考察し、分析することができる。（リーダーシップ）○ ・ビジネスのルールに関心があがり、公平な制度・解釈を求めることができる。（専 門性・課題発見解決能力）○	・この授業で扱う会社法に関する法的概念や証券取引規制について基本的な理解があ る。（ビジネスの基礎知識）◎ ・会社法・金融商品取引法を支える基礎理論を理解して、株主・投資者その他の当 事者間における適切な利害調整を考察することができる。（専門性・課題発見解決 能力）◎ ・会社法や金融商品取引法の知識に基づいて、社会における企業の経済活動の意味 や証券市場の機能を考察することができる。（リーダーシップ）○ ・ビジネスのルールに関心を持っている。（専門性・課題発見解決能力）○

科目名称	科目区分	配当年次	単位数	科目概要	到達目標（成績評価A）	単位修得目標（成績評価C）
金融機関の経営と法	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は発展応用科目である。 この科目では、金融機関の運営に関する法的な要素について学ぶ。金融業界の環境や規制、経営課題、リスク管理、法的な責任に関する知識を習得する。その主な内容は次のものを含むものである。 金融業界の概観として、「金融」の特性や機能、市場の動向について学ぶ。銀行、保険会社、証券会社などの金融機関の組織構造や業務内容などについて理解する。また、金融法規制に關し、金融業界に関連する法的な枠組みや規制について学ぶ。金融機関の設立と運営に関する法律や規制、金融商品の取引ルール、顧客保護、マネーロンダリング対策など、金融業界での法的な遵守事項を学習する。このほか、リスク管理において、金融機関のリスク管理に関する知識を学ぶ。信用リスク、市場リスク、オペレーションリスクなど、金融機関が直面するさまざまなリスクに対する評価や管理手法、リスクモデルについて学ぶ。	・銀行、証券、保険、信託等の金融業に関する基礎的な知識を習得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・金融規制に関する知識に基づいて金融機関とその取締役等の法的責任の有無を分析したり考察したりできる。（リーダークシップ）○ ・国際的な金融規制の動向にも興味と関心を持ち、主体的に学び考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）	・銀行、証券、保険、信託等の金融業に関する基礎的な知識がある。（ビジネスの基礎知識）○ ・金融規制に関する知識に基づいて金融機関とその取締役等の法的責任の有無を考察することができる。（リーダークシップ）○ ・国際的な金融規制の動向にも興味と関心を持ち、主体的に学びようとしている。（専門性・課題発見解決能力）
流通論Ⅰ	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、「生産から消費まで」にかかわる流通機構について、多様な小売業態の検討を中心に、基礎的な知識や理論を理解しながら、実務場面等で活用する分析や検討ができる力の修得を目的とする。また、実践的な理解を深めるために、小売業や消費行動に関連する事例を検討し、具体的な分析や検討を通して、基礎知識や理論を踏まえた実践能力の向上を図る。小売業はサービス業に含まれるので、サービス・マーケティングの視点から検討する。さらに、近年においては多方面でインターネットの活用が進んでいる状況であるので、実店舗による小売りのみではなくインターネット・マーケティング（ネット通販）についても検討する。	・この授業で扱うマーケティングや経営分野の基礎的な知識を理解し、その上で流通に関し多角的に知識を連携させている。（ビジネスの基礎知識）◎ ・マーケティング分野の基礎的な技能を理解し、主体的活用の努力姿勢を獲得するとともに、異なる立場を理解し協調する為の分析をすることができるようになる。（情報の分析とマネジメント）○ ・流通における諸課題を分析するために、基礎的な知識・技能を活かして論理的に検討し、その過程や結果を簡潔に表現することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・身に付けた知識、技能、思考力・判断力・表現力を、与えられた未解決の検討課題の検討と解決で活用することができる。（リーダークシップ）◎	・この授業で扱う経営やマーケティング分野の基礎的な知識を理解し、その知識を流通に関して活用させることができる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・マーケティング分野の基礎的な技能を理解し、主体的活用の努力姿勢を維持するとともに、異なる立場を理解することができるようになる。（情報の分析とマネジメント）○ ・流通における諸課題を分析するために、基礎的な知識・技能を活かして検討し、その過程や結果を分かりやすく表現することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・身に付けた知識、技能、思考力・判断力・表現力を、与えられた課題の検討と解決において用いることができる。（リーダークシップ）◎
流通論Ⅱ	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、「生産から消費まで」にかかわる流通機構の現状と課題について、基礎的な知識や理論を理解しながら、実務場面等で活用する分析や検討ができる力の修得を目的とする。また、実践的な理解を深めるために、流通業や流通課題に関連する事例を検討し、具体的な分析や検討を通して、基礎知識や理論を踏まえた実践能力の向上を図る。商品が生産者から消費者までの届く仕組みはサプライ・チェーンと呼ばれるが、これらの複数企業による流通連携状況について検討する。生産地と消費地が異国である場合も少なくない状況であるので、グローバルな視点からのマーケティングや流通についても検討する。さらに、近年においては企業の社会的な責任が問われる状況も増えているので、フェアトレード等の流通関連で配慮すべき課題についても検討する。	・この授業で扱うマーケティングや経営分野の理論的な知識を修得し、その上で流通に関し多面的かつ将来的な展望を含めた知識を構造的に理解し深めている。（ビジネスの基礎知識）◎ ・マーケティング分野の基礎的な技能を活用し、自ら主体的に実践するとともに、異なる立場を理解して尊重しながら相互調整を図り協調する為の分析をすることができる。（情報の分析とマネジメント）○ ・流通における諸課題を解決するために、基礎的な知識・技能を活かして論理的かつ実践的に考察し、その過程や結果について説得力を持って表現することができる。（リーダークシップ）◎ ・身に付けた知識、技能、思考力・判断力・表現力を、ビジネスの世界やその関連領域で発揮することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎	・この授業で扱う経営やマーケティング分野の理論的な知識を修得し、その上で流通に関し展望を含めた知識を開通付けて理解し深めている。（ビジネスの基礎知識）◎ ・マーケティング分野の基礎的な技能を用い、自ら主体的に実践するとともに、異なる立場を理解して協調する為に努力することができる。（情報の分析とマネジメント）○ ・流通における諸課題を解決するために、基礎的な知識・技能を活かして考察し、その過程や結果について分かりやすく表現することができる。（リーダークシップ）◎ ・身に付けた知識、技能、思考力・判断力・表現力を、ビジネスの世界やその関連領域で利用することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎
現代マーケティング事情	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、実務の最前線を体験することを通じて、マーケティングの基礎概念や新しい潮流などについて、実践的な意味で理解を深めることを目的とする。主として実務経験のある研究者や企業・組織等で責任ある業務に従事した経験を有する実務家ゲスト・スピーカーとして招聘し、現実に展開されたマーケティングがどのような成果や課題に至ったのか、またマーケティングの諸概念がどのように活用されているのかなどについて、ゲスト・スピーカーを含め、学生同士で議論することによって、マーケティングの実践的な知識を深める。	・マーケティングの基礎を基盤としながら、実際のマーケティング事例について理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・身に着けた知識を他のマーケティング事例に主体的に応用しようとする意欲と能力を有している（リーダークシップ）◎ ・実際のマーケティング事例を理解することで、現実のビジネス世界での応用について判断できる。（情報の分析とマネジメント）○ ・身に着けた知識に基づいて、自らの考えや意見を提示し他者（ゲストや他学生）と議論できる。（専門性・課題発見解決能力）○	・現実に展開されたマーケティングの実践的な側面の考え方や知識を最低限修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・現実に展開されたマーケティングに対して、マーケティング理論の知識や考え方を主体的に最低限活用することができる。（リーダークシップ）◎ ・現実に展開されたマーケティングに対して、マーケティングの知識や考え方を総動員して考察し、自らの考えや意見を提示し他者（ゲストや他学生）と最低限議論できる。（情報の分析とマネジメント）○ ・実際のマーケティングに興味・関心を持ち、主体的にマーケティングを学びようとする意欲が垣間見える。（専門性・課題発見解決能力）○
マーケティング・コミュニケーション	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、マーケティング・コミュニケーションにかかわる基礎的な知識、理論、手法を理解しながら、実務で応用できる力の修得を目的とする。昨今、LINEやYouTubeなどのソーシャルメディアの急速な普及やマーケティング過程全体のデジタル化などにより、マーケティング・コミュニケーションを取り巻く環境は大きく変化している。このような新しい変化を踏まえ、実務を踏まえた実践的な立場から、基礎的な知識、理論、手法の解説だけでなく、最新のマーケティング・コミュニケーションの動向や事例を議論することで、マーケティング・コミュニケーションの理論と実践能力の育成を図る。	・マーケティング・コミュニケーションの概念やその計画プロセスの考え方や理論を修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・身に着けた理論や考え方を実際のマーケティング・コミュニケーション計画に応用しようとする意欲と能力を有している（専門性・課題発見解決能力）◎ ・マーケティング・コミュニケーション計画に必要な考え方や理論が身につけている。（情報の分析とマネジメント）○ ・身に着けた考え方や理論を他者と協働しながらコミュニケーション計画に発揮することができる。（リーダークシップ）◎	・マーケティング・コミュニケーションに関連する知識、理論、手法を最低限修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・マーケティング・コミュニケーションに関連する知識、理論、手法に照らして、一連のプロセスである計画のためのインプット、アウトプット、検証の立案を最低限実践できる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・マーケティング・コミュニケーション課題に対して、その知識やスキルを総動員して考察し、自らの解決策を提示し他者と最低限議論できる。（情報の分析とマネジメント）○ ・マーケティングに興味・関心を持ち、主体的にマーケティング・コミュニケーションを学びようとする意欲が垣間見える（リーダークシップ）◎
マーケティング特論	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は発展応用科目である。 この科目では、マーケティング活動におけるデータ収集と分析の方法、マーケットインサイトの抽出、効果的なマーケティング戦略の策定などについて学ぶことを目的とする。その主な内容は次のものを含むものである。 マーケティングデータの収集として、マーケティングデータの収集方法やデータの品質管理について学ぶ。顧客の購買データ、調査データ、ウェブ解析データなどの収集手法やデータの信頼性を確保するための方法に焦点を当てる。また、データの前処理について、収集したマーケティングデータを分析する前に、データのクレンジングや整形を行うプロセスについて学ぶ。欠損値の処理、外れ値の検出と修正、変数の変換などのデータ前処理手法を習得する。さらに、マーケティングデータの分析手法について学ぶ。記述統計や推測統計、相関分析、クラスターリング、セグメンテーション、予測モデリングなどのデータ分析手法を学習し、マーケットインサイトの抽出に活用する。 マーケットインサイトの抽出として、データ分析を通じてマーケットインサイトを抽出する方法について学ぶ。顧客の行動パターンや嗜好の特定、市場のトレンドや競合分析、市場セグメントの特定など、データから有益な情報を抽出する能力を養う。	・選択されたマーケティングを学習するための基礎的な理論を習得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・この分野の基礎的な理論を理解している（専門性・課題発見解決能力）◎ ・この分野に関心を持ち、習得した理論を用いてケース分析を行うことができる。（情報の分析とマネジメント）◎	・選択されたマーケティングを学習するための基礎的な理論を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・この分野の基礎的な理論を理解している（専門性・課題発見解決能力）◎ ・この分野に関心を持ち、習得した理論を用いて考察を行うことができる。（情報の分析とマネジメント）◎

科目名称	科目区分	配当年次	単位数	科目概要	到達目標（成績評価A）	単位修得目標（成績評価C）
ブランド・マネジメント	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	<p>この科目は発展応用科目である。</p> <p>この科目では、ブランドの概念、ブランドのコミュニケーションなどについて学ぶ。その主な内容は次のものを含むものである。</p> <p>ブランドの理解として、ブランドの定義や要素、ブランドの役割について学ぶ。</p> <p>ブランドの意味や重要性を理解し、ブランドの経済的価値や顧客に対する影響力について考察する。また、ブランド戦略に関し、ブランド戦略の立案や実行について学ぶ。市場や競合状況の分析、ターゲット市場の選定、ブランドポジショニングの策定など、ブランドの戦略的な方向性を決定するプロセスに焦点を当てる。さらに、ブランド価値の創造において、ブランド価値の創造やブランドエクイティの構築について学ぶ。顧客のニーズや要求を満たすためのブランド体験の設計、ブランドのイメージやアイデンティティの構築、ブランドロイヤリティの向上などに取り組む。また、ブランドコミュニケーションとして、ブランドのコミュニケーション戦略について学ぶ。ブランドメッセージの開発、広告やプロモーションの計画、デジタルマーケティングの活用など、効果的なブランドコミュニケーション手法を探索する。このほか、ブランドマネジメントの実践について、ブランドマネジメントの実践的なスキルや手法について学ぶ。ブランドの監視や評価、ブランドポートフォリオの管理、ブランド拡張やライセンスリングなど、ブランドの継続的な管理と成長のための戦略を学習する。</p>	<p>・ブランド・マネジメントの基礎的な概念や理論を理解している。（ビジネスの基礎知識）○</p> <p>・身に着けた概念や理論を実際のブランド・マネジメントに応用しようとする意欲と能力を有している（専門性・課題発見解決能力）○</p> <p>・ブランド・マネジメント課題の解決に必要な概念や理論が身についている。（情報の分析とマネジメント）○</p> <p>・身に着けた概念や理論を他者と協働しながらブランド・マネジメント課題に発揮することができる。（リーダーシップ）○</p>	<p>・ブランド・マネジメントの基礎的な概念や理論を理解できる。（ビジネスの基礎知識）○</p> <p>・身に着けた概念や理論を実際のブランド・マネジメントに応用して考えることができる（専門性・課題発見解決能力）○</p> <p>・ブランド・マネジメント課題の解決に必要な概念や理論を理解している。（情報の分析とマネジメント）○</p> <p>・身に着けた概念や理論を他者と協働しながらブランド・マネジメント課題に取り組むことができる。（リーダーシップ）○</p>
商品開発	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	<p>この科目は発展応用科目である。</p> <p>この科目では、新しい商品やサービスの開発におけるプロセスや戦略、顧客ニーズの把握、市場分析、製品設計、テスト・評価などについて学ぶ。その主な内容は次のものを含むものである。</p> <p>商品開発プロセスに関し、商品開発の一般的なプロセスやフレームワークについて学ぶ。アイデアの創出、概念開発、製品設計、製造、販売までのフローを理解し、効率的かつ効果的な商品開発の手法を学習する。また、マーケットリサーチとして、顧客のニーズや市場の要求を把握するためのマーケットリサーチ手法について学ぶ。市場のトレンドや競合状況の分析、顧客の要求やニーズの抽出、市場セグメンテーションなどの手法を習得する。さらに、アイデア創出と概念開発として、新しい商品アイデアの創出や概念開発の手法について学ぶ。クリエイティブなアイデアの発想方法やブレインストーミングの手法、概念の詳細化やブランディングの考え方などを学習する。そして、製品設計と開発において、製品の具体的な設計や開発プロセスについて学ぶ。デザイン思考やプロトタイピングの手法、品質管理や製造技術の考慮など、製品設計と開発の基本的な原則を習得する。加えて、テストと評価において、商品のテストや評価手法について学ぶ。市場テストや顧客フィードバックの収集、製品の評価指標の設定、改善のための分析手法などを学習し、商品の成功や改善のための戦略を考える。</p>	<p>・商品開発の一連のプロセスの考え方・方法・スキルを理解している。（ビジネスの基礎知識）○</p> <p>・身に着けた考え方・方法・スキルを実際の商品開発に応用しようとする意欲と能力を有している（専門性・課題発見解決能力）○</p> <p>・商品開発に必要な定性・定量情報の分析スキルや方法が身についている。（情報の分析とマネジメント）○</p> <p>・身に着けた知識や方法・スキルを他者と協働しながら商品開発の実践で発揮することができる。（リーダーシップ）○</p>	<p>・商品開発の一連のプロセスの考え方・方法・スキルの基礎的な理解ができる。（ビジネスの基礎知識）○</p> <p>・身に着けた考え方・方法・スキルを実際の商品開発に応用しようとしている。（専門性・課題発見解決能力）○</p> <p>・商品開発に必要な定性・定量情報の分析をすることができる。（情報の分析とマネジメント）○</p> <p>・身に着けた知識や方法・スキルを他者と協働しながら商品開発の実践で用いることができる。（リーダーシップ）○</p>
サービス・マーケティング	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	<p>この科目は発展応用科目である。</p> <p>サービス業におけるマーケティング戦略の策定や顧客満足度の向上などについて学ぶ。その主な内容は次のものを含むものである。</p> <p>サービスの特性と理解として、サービスとは何か、サービス業の特性や特徴について学ぶ。サービスの不可分性、同時性、変動性、顧客参加性など、サービス業独特の要素を理解する。また、サービスマーケティング戦略に関し、サービス業におけるマーケティング戦略の策定方法について学ぶ。セグメンテーションとターゲティング、ポジショニング、サービス提供の要素（製品、価格、プロモーション、場所など）の戦略的な選択を学習する。さらに、サービス品質と顧客満足度：サービス品質の概念と測定方法について学ぶ。顧客満足度の重要性、顧客の期待と実際のサービス品質との関係、サービス品質向上のための手法などに焦点を当てる。加えて、サービスデザインと提供プロセスについてサービスデザインの基本的な考え方や手法について学ぶ。サービスブループリントの作成、顧客接点のマネジメント、サービス革新など、効果的なサービス提供プロセスの構築について学習する。このほか、サービスコミュニケーションとして、サービス業における効果的なコミュニケーション戦略について学ぶ。顧客との関係構築、顧客サービスの提供、ブランドイメージの構築など、サービスコミュニケーションの重要性と具体的な手法を学習する。</p>	<p>・サービス・マーケティングの基礎的な理論を修得している。（ビジネスの基礎知識）○</p> <p>・サービス・マーケティングの基礎的な理論に基づいて、ケース分析を行うことができる。（情報の分析とマネジメント）○</p> <p>・企業の一サービス経営活動を考察したり、顧客の課題解決について表現できる。（専門性・課題発見解決能力）○</p> <p>・サービス業のみならずサービスを中心とした経営に取り組むあらゆる企業のサービス・マーケティングに関心を持って議論できる（リーダーシップ）○</p>	<p>・サービス・マーケティングの基礎的な理論を学んでいる。（ビジネスの基礎知識）○</p> <p>・サービス・マーケティングの基礎的な理論に基づいて分析することができる。（情報の分析とマネジメント）○</p> <p>・企業の一サービス経営活動を考察したり、顧客の課題解決について考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）○</p> <p>・サービス業のみならずサービスを中心とした経営に取り組む企業のサービス・マーケティングを議論できる（リーダーシップ）○</p>
社会調査法	ビジネス学部 専門発展科目	2	2	<p>この科目は発展応用科目である。</p> <p>社会現象や市場の状況を把握し、データを収集・分析するための調査手法や統計手法について学ぶ。その主な内容は次のものを含むものである。</p> <p>社会調査の基礎として、社会調査の目的、プロセス、倫理的な考慮事項について学ぶ。調査の計画と設計、調査対象の選定、サンプリング手法、調査データの収集方法などについて理解する。また、質的調査手法に関し、質的なデータを収集するための手法について学ぶ。インタビューやフォーカスグループ、観察、文書分析などの質的調査手法を学習し、データの収集と分析の実践的なスキルを身につける。さらに、量的調査手法として、量的なデータを収集するための手法について学ぶ。質問紙調査やアンケート調査の設計、統計分析の基礎、データの解釈や報告などを学習し、量的なデータ分析のスキルを習得する。加えて、調査データの分析において、収集した調査データを分析するための基本的な統計手法について学ぶ。記述統計、推測統計、関係分析などの統計手法を使ってデータを解釈し、意味のある結果を引き出す能力を養う。このほか、調査報告と解釈として、調査結果を報告する方法や解釈の手法について学ぶ。調査報告書の作成方法やグラフや図表の効果的な使用、データの解釈や洞察の引き出し方に焦点を当てる。</p>	<p>・企業経営や経営現象を対象とした学術研究を行うためのリサーチ・デザインや調査技法について習得・理解している。（ビジネスの基礎知識）○</p> <p>・問い（リサーチ・クエスチョン）の立て方、演绎法・帰納法、理論・概念、因果関係、サンプリング、測定といったリサーチデザインの基礎を、実践的な訓練を交えて身につけている。（情報の分析とマネジメント）○</p> <p>・主要な調査技法（サーベイ、フィールドワーク、実験など）を学ぶことにより、経営現象から研究課題を設定する力や調査技法を適切に用いて分析する力が身についている。（リーダーシップ）○</p>	<p>・企業経営や経営現象を対象とした学術研究を行うためのリサーチ・デザインや調査技法について理解している。（ビジネスの基礎知識）○</p> <p>・問い（リサーチ・クエスチョン）の立て方、演绎法・帰納法、理論・概念、因果関係、サンプリング、測定といったリサーチデザインの基礎を、実践的な訓練を交えて考えることができる。（情報の分析とマネジメント）○</p> <p>・主要な調査技法（サーベイ、フィールドワーク、実験など）を学ぶことにより、経営現象から研究課題を設定する力や調査技法を適切に用いて分析することができる。（リーダーシップ）○</p>
ビジネスとプログラミング	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	<p>この科目は、アプリケーションプログラムや人工知能など、ビジネスや実生活の多くの場面で重要となっているIT技術の基礎である。プログラミングについて手修することを目的とする。また演習や応用例の紹介を通じて、実践力や応用力についても身に付けることも目的とする。具体的には、プログラミング言語の仕組み、プログラミングの構文などについて講義を行う。そして演習などを通じて、Pythonなどのプログラミングを実際に体験し、実践力を身に付ける。加えて、オペレーションズ・リサーチや人工知能（主に機械学習）などの発展的な話題についても簡単に紹介しながら、ビジネスへ応用力の育成を図る。</p>	<p>・この授業で扱うプログラミングの基礎とデータ分析の知識を修得している。（幅広い教養）○</p> <p>・簡単なビジネスの分析課題について、プログラミングを実装することができる。（専門性・課題発見解決能力）○</p> <p>・自ら興味のあるビジネスに関する問題に応用し、実装できる。（リーダーシップ）○</p> <p>・プログラミングをビジネスへ応用することができる。（情報の分析とマネジメント）○</p>	<p>・この授業で扱うプログラミングの基礎とデータ分析の基礎的な知識を修得している。（幅広い教養）○</p> <p>・簡単なビジネスの分析課題について、簡単なプログラミングができる。（専門性・課題発見解決能力）○</p> <p>・自ら興味のあるビジネスに関する問題を考えることができる。（リーダーシップ）○</p> <p>・プログラミングをビジネスへ応用するという努力が感じられる。（情報の分析とマネジメント）○</p>
データサイエンスと人工知能	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	<p>この科目は発展応用科目である。</p> <p>この科目は、画像データ、言語データ、時系列データなど多くのデータの分析や人工知能技術の基礎を学び、実際のビジネス問題に対してデータドリブンなアプローチを取る方法を習得することを目的とした科目である。その主な内容は次のものを含むものである。</p> <p>まず、分析の基本となるプログラミング、データ分析の基本的な概念や手法について学ぶ。次に、データの収集、前処理、可視化、統計的な分析手法、機械学習の基本原理やアルゴリズムについて学ぶ。具体的には、教師あり学習などの手法やモデルを学習し、データからのパターン抽出や予測モデルの構築方法について理解する。深層学習において、深層学習（ディープラーニング）の基本とアプリケーションについて学ぶ。それらを画像認識や自然言語処理などのタスクに応用する。</p>	<p>・この授業で扱うプログラミングや統計・機械学習の知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）○</p> <p>・インターネットなどの多様なデータなどを収集し、分析することができる。（専門性・課題発見解決能力）○</p> <p>・多様なデータをどう分析すればいいかという判断ができる。（リーダーシップ）○</p> <p>・情報社会のなかでデータから新しい知識を獲得することができる。（情報の分析とマネジメント）○</p>	<p>・この授業で扱うプログラミングや統計・機械学習の基礎的な知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）○</p> <p>・インターネットなどの多様なデータなどを収集し、考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）○</p> <p>・多様なデータをどう分析すればいいかという考察ができる。（リーダーシップ）○</p> <p>・情報社会のなかでデータから新しい知識を獲得して考えようとしている。（情報の分析とマネジメント）○</p>

科目名称	科目区分	配当年次	単位数	科目概要	到達目標（成績評価A）	単位修得目標（成績評価C）
経営情報	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	<p>この科目は発展応用科目である。</p> <p>データ分析と経営は、ビジネス上の意思決定や戦略策定においてデータを活用するための理論と実践を学ぶ科目である。その主な内容は次のものを含むものである。</p> <p>データ分析の基礎として、データ分析の基本的な概念や手法について学ぶ。統計学の基礎、データ収集・整理・変換、データの可視化、基本的な分析手法（回帰分析、クラスタリング、決定木など）などを習得する。</p> <p>ビジネスデータの収集と前処理に関し、ビジネスにおけるデータ収集の方法やデータ品質の確保、欠損データや外れ値の処理、データの統合など、データの収集と前処理の基本的な手法について学ぶ。</p> <p>また、データ分析手法とツールにおいて、ビジネス上の問題解決や意思決定に活用できるデータ分析手法やツールについて学ぶ。具体的な手法としては、予測分析、クラス分類、クラスタリング、時系列分析などが含まれることがある。</p> <p>このほか、ビジネスインテリジェンスとして、データウェアハウスやデータマートを活用して、ビジネスの意思決定を支援するためのビジネスインテリジェンスの手法について学ぶ。ダッシュボードの作成やレポートの作成、データの可視化なども取り上げる。また、ビジネスにおけるデータ活用の戦略に関し、ビジネス戦略とデータ活用の関連性について理解を深める。</p>	<ul style="list-style-type: none">・企業経営におけるICT（Information and Communication Technology）活用の実際と理論に関する基礎知識を修得している（ビジネスの基礎知識）◎・経営の状況について、数値を用いてデータの全体像をとらえるデータモデリングや企業における業務を踏まえた業務とデータの関係、そして企業におけるデータ管理などを修得している（専門性・課題発見解決能力）◎・組織の情報処理活動について、これまで培われてきた理論やモデルを理解し、これを活用して現象を説明することができる（リーダーシップ）○・ICT（情報技術）環境において、組織がどのようにして有効な情報処理を行うべきなのか、また実際に行っているのかについて深く検討することができる。（情報の分析とマネジメント）○	<ul style="list-style-type: none">・企業経営におけるICT（Information and Communication Technology）活用の実際と理論に関する基礎知識を理解している（ビジネスの基礎知識）◎・経営の状況について、数値を用いてデータの全体像をとらえるデータモデリングや企業における業務を踏まえた業務とデータの関係を理解している（専門性・課題発見解決能力）◎・組織の情報処理活動について、これまで培われてきた理論やモデルを理解し、これを活用して現象を考えることができる（リーダーシップ）○・ICT（情報技術）環境において、組織がどのようにして有効な情報処理を行うべきなのか、また実際に行っているのかについて検討することができる。（情報の分析とマネジメント）○
マーケティング・リサーチ	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	<p>この科目は、マーケティングを実行する上で生じる意思決定課題に対して、適切に解決策を見出すことができるための知識やスキルの修得を目的とする。実際の様々なマーケティング活動に関わってきた経験を踏まえ、課題の設定、調査設計、集計と分析、調査結果の報告までの一連のプロセスをその理論面だけでなく、実務を踏まえた実践的な立場から、マーケティングの事例に基づくワークショップを随所に盛り込むことで、マーケティング・リサーチの理論と実践能力の育成を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none">・マーケティング・リサーチの一連のプロセスの考え方や方法を理解している。（ビジネスの基礎知識）○・身に着けた知識や方法・スキルを実際のマーケティング課題の発見や解決に応用しようとする意欲と能力を有している（リーダーシップ）○・マーケティング課題の発見や解決に必要な定性・定量情報の分析スキルや方法が身についている。（情報の分析とマネジメント）◎・身に着けた知識や方法・スキルを他者と協働しながらマーケティング課題の発見や解決に発揮することができる。（専門性・課題発見解決能力）○	<ul style="list-style-type: none">・マーケティング・リサーチの一連のプロセスの考え方や理論を最低限修得している。（ビジネスの基礎知識）○・マーケティング・リサーチの一連のプロセスの考え方や理論に照らして、個々のプロセスを主体的に最低限実践できる。（リーダーシップ）○・マーケティング課題に対して、マーケティング・リサーチの知識やスキルを総動員して考察し、自らの解決策を提示し他者と最低限議論できる。（情報の分析とマネジメント）◎・マーケティングに興味・関心を持ち、主体的にマーケティング・リサーチを学ぶようとする意欲が垣間見える（専門性・課題発見解決能力）○
金融論	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	<p>この科目は、経済社会における様々な交換を支える仕組みとしての金融の意義をまづ理解する。その上で、典型的な金融仲介機関である銀行の存在意義、その脆弱性、脆弱性を緩和するための政策等について理解をする。また、銀行以外の様々な市場取引、それを支える金融仲介機関の活動についても学修する。後半では、マクロの金融政策の効力について、中央銀行の政策目標、その達成の方法、最近における非伝統的金融政策などを学修する。</p>	<ul style="list-style-type: none">・現実の経済取引の背後で金融がどのように関わっているかについての理解と金融制度についての知識を得ることができる。（ビジネスの基礎知識）○・金融取引に必要な技能やテクノロジーを活用して、将来の行動や生活等に積極的に導入することができる。（専門性・課題発見解決能力）○・金融市場の意義と危険性についての理解を通じて、リスクのある取引や詐欺的な取引を識別する判断ができる。（リーダーシップ）◎・金融の技術が技術革新や新しいビジネスに直結することに関心を持ち、その知識を現実に応用して分析することができる。（情報の分析とマネジメント）△	<ul style="list-style-type: none">・現実の経済取引と金融との関係についての基礎的な理解と金融制度についての基本的な知識を得ることができる。（ビジネスの基礎知識）○・金融取引に必要な技能やテクノロジーを活用して、将来の行動や生活等に導入することができる。（専門性・課題発見解決能力）○・金融市場の意義と危険性についての理解を通じて、リスクのある取引や詐欺的な取引を識別することができる。（リーダーシップ）◎・金融の技術が技術革新や新しいビジネスに直結することに関心を持ち、その知識を現実に立役ることができる。（情報の分析とマネジメント）△
公共経済学	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	<p>この科目は応用発展科目である。</p> <p>この科目は、政府の経済活動に関する経済学である公共経済学について学修する。厚生経済学の基本定理を復習の後、市場の失敗とそれに対する政府介入の主要な例を学ぶ。外部不経済、自然独占、情報の非対称性が存在すると、どのような理由から市場メカニズムが最適な資源配分を実現できないかについて平易に解説し、その解決策を探る。また、市場の失敗を解決するうえで必要とされる政府も万能ではないため、政府が失敗する原因についての考察も行う。それとともに、国の財政データを用いて、国の少子高齢化の現状と少子化対策、公的年金の役割とその財源調達の内り方について理解し、公共投資の費用便益分析等のテーマにも触れる。</p>	<ul style="list-style-type: none">・政府や自治体といった公共セクターがどのような活動をしているかについての知識を修得したうえで、私たちの生活とどのように関連しているかについて十分理解する。（ビジネスの基礎知識）◎・厚生経済学や情報の経済学を用いて、政府が効率的な資源配分や公平な所得配分を実現するうえで、必要な存在であることを批判的に議論し、適切に応用することができる。（リーダーシップ）○・経済学の基礎理論を用いて、政府の経済活動を分析し、判断することができる。（情報の分析とマネジメント）◎・課税制度に関心を持ち、それらについて望ましいあり方を考えることができる。（リーダーシップ）○・財政政策のマクロ経済効果に関する知識を修得し、財政政策に対する自身の考えを述べるることができる（専門性・課題発見解決能力）◎	<ul style="list-style-type: none">・政府や自治体といった公共セクターがどのような活動をしているかについての基礎的な知識を修得したうえで、私たちの生活とどのように関連しているかについて理解する。（ビジネスの基礎知識）◎・厚生経済学や情報の経済学を用いて、政府が効率的な資源配分や公平な所得配分を実現するうえで、必要な存在であることを理解し、適切に応用することができる。（リーダーシップ）○・経済学の基礎理論を用いて、政府の経済活動を考え、判断することができる。（情報の分析とマネジメント）◎・課税制度に関心を持ち、それらについて望ましいあり方を考えることができる。（リーダーシップ）○・財政政策のマクロ経済効果に関する基礎的な知識を修得し、財政政策に対する自身の考えを述べるることができる（専門性・課題発見解決能力）◎
国際経済学	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	<p>この科目は発展応用科目である。</p> <p>この科目は、国際貿易理論の基礎的な部分を学修する。リカード、ヘクシャー・オリンの比較優位の理論を理解することを目標とする。また、開放経済におけるマクロ集計量、国際収支、為替レートの概念に続いて、マクロ経済モデルの開放経済版を理解することを目標とする。</p> <p>その上で、通商政策の効果についても学修しつつ、現実に貿易摩擦がどうして発生するのかについても学修する。経済のグローバル化が急速に進展する中で、国際貿易理論と現実の貿易摩擦発生要因を分析し、経済政策がどのようにこれに対応しようとしているかを学修する。また、金融財政政策が為替レートその他のマクロ変数に与える影響について分析する。具体的には、為替レートの決定理論、金融政策の独立性とインフレ目標政策、金融緩和政策の有効性などである。また、国際通貨制度の理論と歴史についても学修する。この中で、プラザ合意、発展途上国の経済・通貨危機、リーマン・ショック、ユーロ危機、為替介入の手法と効果などの現実の国際金融諸問題についても理解する。</p>	<ul style="list-style-type: none">・国際貿易に関する理論の基本的な知識を有している。（ビジネスの基礎知識）○・必要な理論の基礎を理解した後、実証分析の手法を応用して、国際経済学の分析技術を身に付ける。（専門性・課題発見解決能力）◎・国際貿易の理論と実証分析を活用して、現実の国際的な経済問題について考察を深め、自らの考えをまとめて意見を表明できるようになる。（リーダーシップ）○・グローバル化が進む今日の社会経済問題の本質を主体的に理解し、分析・活用した意思決定に生かす。（専門性・課題発見解決能力）◎・現代の国際金融の諸問題に関心を持ち、問題解決に関する自身の考えを述べるることができる（リーダーシップ）◎	<ul style="list-style-type: none">・国際貿易に関する理論の基本的な理解ができる。（ビジネスの基礎知識）○・必要な理論の基礎を理解した後、実証分析の手法を応用することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎・国際貿易の理論と実証分析を活用して、現実の国際的な経済問題について考察し、自らの考えをまとめることができる。（リーダーシップ）○・グローバル化が進む今日の社会経済問題の本質を主体的に理解し、分析することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎・現代の国際金融の諸問題に関心を持ち、問題解決に関する自身の考えをもつことができる（リーダーシップ）◎
フードシステムの経済学	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	<p>この科目は発展応用科目である。</p> <p>この科目では、食品産業、農業、流通、消費などのフードシステムにおける経済的な要素や問題について学ぶ。その主な内容は次のものを含むものである。</p> <p>フードシステムの概観として、フードシステム全体の概観や要素について学ぶ。農業生産、加工・製造、流通・物流、小売業、消費など、フードシステムの各段階と関連する経済活動を理解する。また、農業経済学に関し、農業生産と農業経済の関連について学ぶ。農業の供給と需要、生産性向上の経済効果、農業政策や補助金、農産物価格の決定など、農業経済学の基本的な概念やモデルについて理解する。さらに、食品産業の経済分析について食品産業における経済的な要素や分析手法について学ぶ。市場構造と競争、需要予測と需要予測手法、価格決定と価格弾力性、収益性の分析など、食品産業の経済的な側面を探究する。加えて、フードシステムの持続可能性において、フードシステムの持続可能性に関する経済学的な視点を学ぶ。環境への影響、資源の効率的な利用、持続可能な生産と消費の促進など、フードシステムの経済的な持続可能性について考察する。</p>	<ul style="list-style-type: none">・現代のフードシステムの構造に関する基礎知識を習得している。（ビジネスの基礎知識）◎・世界の食料問題や、身の回りの食料消費の課題などについて、広く関心を持つことができる。（専門性・課題発見解決能力）◎・ミクロ経済学を中心とした経済学の知識を、フードシステムの問題の分析に適用することができる。（情報の分析とマネジメント）○・日本と世界の望ましい食のあり方について、経済学的な観点から、自分の意見を持つことができる。（リーダーシップ）◎	<ul style="list-style-type: none">・現代のフードシステムの構造に関する基礎知識を理解している。（ビジネスの基礎知識）◎・世界の食料問題や、身の回りの食料消費の課題などについて、考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）◎・ミクロ経済学を中心とした経済学の知識を用いて、フードシステムの問題を考えることができる。（情報の分析とマネジメント）○・日本と世界の望ましい食のあり方について、自分の意見を持つことができる。（リーダーシップ）◎

科目名称	科目区分	配当年次	単位数	科目概要	到達目標（成績評価A）	単位修得目標（成績評価C）
経済学特論	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は発展応用科目である。 この科目では、企業や産業の行動、市場競争、市場構造、規制政策などについて理論的な枠組みや分析手法を学ぶ。その主な内容は次のものを含むものである。 市場構造と市場競争として、異なる市場構造（完全競争、寡占、独占）と市場競争の理論について学ぶ。市場エントリーと退出、価格競争と非価格競争、市場力の測定など、市場構造と企業の行動の関係に焦点を当てる。また、企業行動と戦略に関し、企業の行動と競争戦略について学ぶ。価格戦略、製品差別化、競争的な市場エントリー、研究開発投資など、企業が競争上の優位性を確保するために採る戦略的な行動を探究する。さらに、独占禁止・反トラスト政策について企業の寡占化や独占行為に対する規制政策について学ぶ。反トラスト法や規制の目的、独禁法違反の証明基準、企業の合併や事業結合の審査など、反トラスト政策の基本的な原則と実務を理解する。加えて、市場の不完全性に関し、市場の不完全性とその経済的な影響について学ぶ。情報の非対称性、外部効果、公共財の供給など、市場の不完全性が市場結果に与える影響や政府の介入の理論的な基礎を学習する。	・現代の産業構造に関する基礎知識を有している。（ビジネスの基礎知識）○ ・ミクロ経済学を中心とした経済学を理解し、それを用いて現実の産業組織の問題を理解することができる。（リーダークシップ）◎ ・競争政策、知的所有権保護等の経済政策に関心を持ち、基礎理論を用いて議論することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎	・現代の産業に関する基礎知識を有している。（ビジネスの基礎知識）○ ・ミクロ経済学を中心とした経済学を理解し、それを用いて現実の産業組織の問題を考察することができる。（リーダークシップ）◎ ・競争政策、知的所有権保護等の経済政策に関心を持ち、基礎理論を用いて考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）◎
現代金融・会計事情	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、ビジネスの現場で企業が直面する金融・会計関連の様々な課題の分析を通じて、現代の金融・会計が企業経営に与える影響や社会的に果たしている役割について理解を深める。具体的には、合併・買収（M&A）などのケースをとりあげながら、会計基準の違いが企業の業績や意思決定に与える影響を学ぶほか、低金利環境下における金融機関の財務分析などを通じて、ファイナンスと会計の融合的な理解を進めたい。また、会計士等の実務家による講義や会計基準作成の現場見学などを通じて、会計基準の作成・変更過程における関係者間（企業、投資家等）の利害調整の実情等に触れる機会を設ける。このほか、日本企業による採用が増加している国際財務報告基準（IFRS）の最新の動向、銀行規制やコーポレート・ガバナンスなどの他領域との関係を学ぶことで、金融・会計の多面的な理解を深める。	・現代の金融・会計が企業経営に与える影響や社会的に果たしている基本的な役割を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・ファイナンスと会計の知識を活用して、低金利の環境が、銀行の財務状況に与える影響を把握できる（専門性・課題発見解決能力）△ ・企業が直面する様々な金融面の課題や企業行動について、その背景を理論的に考察し、表現することができる。（リーダークシップ）◎ ・現代のビジネスを取り巻く金融・経済環境や、それらを踏まえた企業行動を分析することができる。（情報の分析とマネジメント）◎	・現代の金融・会計の基本的な役割を理解している（ビジネスの基礎知識）○ ・ファイナンスと会計の知識を活用して、低金利の環境が、銀行の財務状況に与える基本的な影響を把握できる（専門性・課題発見解決能力）△ ・企業が直面する金融面の課題や企業行動について基本的な説明ができる（リーダークシップ）◎ ・現代のビジネスを取り巻く金融・経済環境を理解することができる（情報の分析とマネジメント）◎
マクロ経済学	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、国民経済全体の挙動を理解し分析するための基礎を学ぶものである。マクロ経済の理論と政策を理解し、これらを現実の経済問題に応用することが目標である。 次の内容などを学習する。 貨幣・インフレーション：通貨の役割、貨幣供給と貨幣需要、インフレーションと中央銀行政策 マクロ経済モデル：IS-LMモデル、AS-ADモデル、フィリップス曲線など 経済成長：経済成長の理論と実証分析、技術革新と人的資本の役割 失業：自然失業率、循環性失業、フリクショナル失業 経済政策：財政政策と金融政策の役割と影響、政策トレードオフ オープン経済マクロ経済学：為替レート、国際金融市場、貿易政策	・財政政策のマクロ経済効果に関する知識を修得し、財政政策に対する自身の考えを述べる事ができる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・金融政策がマクロ経済に及ぼす影響を理解するとともに、現在の日本でこれらの政策がどのように実行されているか、どんな問題を抱えているかについての考察ができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・世界経済を悩ましてきたインフレ・デフレ、金融危機について関心を持ち、将来のキャリアとの関連についても想像し考察することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・公債の負担や財政の持続可能性についての知識を修得し、高齢化が進行する日本経済の様々な問題解決に対する自身の考えに基づいて議論ができる（リーダークシップ）◎	・財政政策のマクロ経済効果に関する基礎的な知識を修得し、財政政策に対する考えを述べる事ができる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・金融政策がマクロ経済に及ぼすな影響を考察でき、現在の日本でこれらの政策がどのように実行されているか、どんな問題を抱えているかについて関心を持つ。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・世界経済を悩ましてきたインフレ・デフレ、金融危機について関心を持ち、将来のキャリアとの関連についても考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・公債の負担や財政の持続可能性についての知識を修得し、高齢化が進行する日本経済の様々な問題解決に対する自身の考えを述べる事ができる（リーダークシップ）◎
財務会計Ⅱ	ビジネス学部 専門発展科目	2	2	この科目は、「財務会計」を拡張し、主に「負債会計」「資本（純資産）会計」「損益会計」「連結会計」を扱う。また、財務会計の情報伝達手段である財務諸表について、作成のための根拠法令（会社法、金融商品取引法、法人税法）による相違やの保証行為である監査も説明する。財務会計Ⅰと同様に、株式会社が作成・提供する財務諸表の基礎概念について学ぶことで、作成方法はもとよりその理解力を養うとともに、会計手続の理論的背景を学び、3・4年次配当の「会計演習A」につなぐ。	・財務会計の意義を理解し、その理論的枠組みに関する知識を十分に修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・財務会計の知識や複式簿記の技能に基づき、応用的な会計情報（特にP/L情報や連結財務情報）の作成や会計情報の分析が行える。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・企業の財務内容に関心があり、会計情報を利用して分析することができる。（情報の分析とマネジメント）◎	・財務会計で用いられる専門用語を正確に理解し、説明できる。（ビジネスの基礎知識）◎ ・財務会計制度のもと、基本的な会計情報（特にP/L情報や連結財務情報）の作成や基本的な財務分析を行うことができる。（専門性・課題発見解決能力）△ ・企業の財務内容に関心を持ち、会計情報を利用することができる。（情報の分析とマネジメント）◎
原価計算Ⅱ	ビジネス学部 専門発展科目	2	2	この科目は、原価計算Ⅰに引き続き、製造業が製品を製造するためにかかった原価（製造原価）を計算する手続きを学ぶ。具体的に扱うテーマとしては、製造間接費の配賦（製造間接費の分類、集計、経路配賦、実際配賦と予定配賦、製造間接費予算と製造間接費配賦差異の原因分析）、個別原価計算（部門別計算の意義と目的、原価部門の設定、部門別別費と部門共通費、部門費の集計、補助部門費の製造部門への配賦、製造部門費と製品への配賦と製品原価の計算）、総合原価計算および標準原価計算を中心とする。	・この授業で扱う原価計算の概念と基礎知識（製造間接費の配賦、個別原価計算、総合原価計算および標準原価計算）を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・原価計算の理論の理解を基礎にして、その手続きに沿って計算演習ができ、製造原価報告書を作成することができ、また既存の製造原価報告書の分析・理解ができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・原価計算の知識や技能に基づき工業簿記の背景を考察し、製造業の財務状況について表現でき、その企業の特徴の把握ができる。（リーダークシップ）◎ ・原価計算に関心があり、製造業上場企業の決算発表を意欲的に分析・検討する。（情報の分析とマネジメント）○	・この授業で扱う原価計算の概念と基礎知識（製造間接費の配賦、個別原価計算、総合原価計算および標準原価計算）を概ね理解している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・原価計算の理論の理解を基礎にして、その手続きに沿って計算演習が概ねでき、製造原価報告書を準備しようとして努力し、また既存の製造原価報告書の分析・理解しようとして努力している様態が感じられる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・基本的な原価計算の知識や技能に基づき工業簿記の背景を考察し、製造業の財務状況について表現しようとする努力が窺える。（リーダークシップ）○ ・原価計算に関心があり、製造業上場企業の決算発表の理解に向けて努力が感じられる（情報の分析とマネジメント）○
会計演習A	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、「会計基礎Ⅰ・Ⅱ」および「財務会計Ⅰ・Ⅱ」の学修を通じて得た知識や技能を基盤とした上で、連結、外貨換算、税効果、金融商品など、現代のビジネスにおける重要論点を中心とした演習問題への取り組みを通じて、適切な会計処理および財務諸表の作成・分析実務を修得する。「会計演習A」では、正しい会計処理（仕訳）を理解するだけでなく、対象となる事例（例えば、金融商品の証券化）の経済的、ファイナンス的な意味を確認するほか、異なるアプローチ（米国基準や国際財務報告基準<IFRS>）との比較を通じて、会計基準の背後にある考え方も含めて、より有機的・発展的に会計を学ぶ。このほか、財務諸表利用者の立場から、収益性分析をはじめとする財務分析についても演習を行う。なお、「会計演習A・B」での学修を通じて、日商簿記級（商業簿記）程度の内容の修得は可能となる。	・現代企業にとって特に重要な会計上の論点について、会計基準の考え方から導き出される適切な会計処理を理解している（ビジネスの基礎知識）◎ ・財務会計の基本的な知識を活用して、企業の特性を把握するための財務分析を行うことができる（専門性・課題発見解決能力）◎ ・会計とファイナンスの知識を組み合わせて、対象となる取引の経済的な意味を考察できる（リーダークシップ）○ ・企業実務における具体的な選択や行動が、会計情報としてどのように表現されるかについて分析できる（情報の分析とマネジメント）○	・重要な会計基準の基本的な内容を理解している（ビジネスの基礎知識）◎ ・基本的な財務分析を行うことができる（専門性・課題発見解決能力）◎ ・会計とファイナンスの知識を組み合わせて、対象となる取引の経済的な意味を考察できる（リーダークシップ）○ ・企業実務における具体的な選択や行動が、会計情報としてどのように表現されるかについて考えることができる（情報の分析とマネジメント）○
管理会計Ⅰ	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、経営者の意思決定の重要な参考となる様々な企業分析指標について扱う。管理会計は、企業の経済活動を経営管理目的のために計画し、測定し統制する会計を総称であり、企業内部の経営管理者に役立つ情報を提供する会計である。「管理会計」では、利益管理に役立つCVP分析（Cost-Volume-Profit Analysis）、原価を変動費と固定費に分解する原価分解の方法、直接原価計算、目標利益を獲得するために企業活動の全体を管理する予算管理、事業部制会計、主として企業の収益性、支払能力を分析する経営分析などを扱う。	・この授業で扱う管理会計の概念と基礎知識（CVP分析、原価分解、直接原価計算、予算管理、事業部制会計など）を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・管理会計の理論に照らして、その手続きに沿って簡単な計算演習ができ、経営管理資料を準備することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・管理会計の知識や技能に基づき経営管理の背景を考察し、財務状況について表現できる。（リーダークシップ）◎ ・管理会計に関心があり、経営管理者に役立つ情報を提供する管理会計の理解について意欲を有している。（情報の分析とマネジメント）○	・この授業で扱う管理会計の概念と基礎知識（CVP分析、原価分解、直接原価計算、予算管理、事業部制会計など）を概ね理解している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・管理会計の理論に照らして、その手続きに沿って簡単な計算演習が概ねでき、経営管理資料を準備しようとして努力している様態が感じられる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・管理会計の知識や技能に基づき経営管理の背景を考察し、財務状況について表現しようとする努力が窺える。（リーダークシップ）○ ・管理会計に関心があり、経営管理者に役立つ情報を提供する管理会計の理解に向けて努力が感じられる。（情報の分析とマネジメント）○

科目名称	科目区分	配当年次	単位数	科目概要	到達目標（成績評価A）	単位修得目標（成績評価C）
ファイナンス	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、預金、株式、債券といった様々な金融資産の特徴や、様々な金融仲介機能を果たす金融システムの全体像を学んだうえで、金利と割引現在価値、リスクとリターン、リスクプレミアムといった基本的な概念を身につける。続いて、資産選択の理論、資本資産評価モデル、利子率の期間構造、効率的市場仮説等について学習するほか、銀行規制や日本銀行の非伝統的金融緩和政策など、金融システム全体に影響を与える論点について最新の動向を学習する。このほか、先物・オプション等の派生商品（デリバティブ）の特徴や基本的な価格決定についても学ぶ。その上で、これらの概念、理論や様々な金融商品が、企業経営における資金調達や投資の意思決定等の場面で、どのように役に立つのかを理解する。	・ファイナンスの基本的な理論および概念を理解している（ビジネスの基礎知識）○ ・利子率とキャッシュフローのパターンに応じて、割引現在価値を計算できる（専門性・課題発見解決能力）○ ・企業の資金調達や投資の意思決定プロセスにおいて、ファイナンス理論が具体的にどのように応用されているかを考察し、他者に説明ができる（リーダーシップ）○ ・身の周りの金融商品や金融機関が提供するサービス等について、どのようなリスクがあり、どのようなリターンやメリットが得られるのか分析することができる（情報の分析とマネジメント）○	・ファイナンスの基本的な理論および概念が理解できる（ビジネスの基礎知識）○ ・単純なキャッシュフローを前提に割引現在価値を計算できる（専門性・課題発見解決能力）○ ・企業の資金調達や投資の意思決定プロセスにおけるファイナンス理論の簡単な応用例を説明できる（リーダーシップ）○ ・身の周りの金融商品や金融機関が提供するサービス等について考えることができる（情報の分析とマネジメント）○
会計演習B	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、「原価計算Ⅰ・Ⅱ」および「管理会計Ⅰ・Ⅱ」の学習を通じて得た知識や技能を基盤とし、経営管理者・財務担当者に求められる財務諸表の数字から経営内容を把握できる能力を含む高度な工業簿記（原価計算を含む）を修得する。原価計算の基礎的知識は既に修得した学習者の更なるレベル・アップを目指し、演習問題・実力テストを数多く積み重ねることにより実務能力養成を図る。なお、「会計演習A・B」での学習を通じて、日商簿記2級（商業簿記）程度の内容の修得は可能となる。	・この授業で扱う原価計算・管理会計の概念と基礎知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・原価計算・管理会計の理論に照らして、その手続きに沿って簡単な計算演習ができ、製造原価報告書・経営管理資料を準備することができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・原価計算・管理会計の知識や技能に基づき原価計算・経営管理の背景を考察し、財務状況について表現できる。（リーダーシップ）○ ・原価計算・管理会計に関心があり、経営管理者に役立つ情報を提供する原価計算・管理会計の理解に基づき考察ができる。（情報の分析とマネジメント）○	この授業で扱う原価計算・管理会計の概念と基礎知識を概ね理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・原価計算・管理会計の理論に照らして、その手続きに沿って簡単な計算演習が概ねでき、製造原価報告書・経営管理資料を準備しようと努力している様子が感じられる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・原価計算・管理会計の知識や技能に基づき原価計算・経営管理の背景を考察し、財務状況について表現しようとする努力が窺える。（リーダーシップ）○ ・原価計算・管理会計に関心があり、経営管理者に役立つ情報を提供する原価計算・管理会計について考えることができる。（情報の分析とマネジメント）○
管理会計Ⅱ	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、「管理会計Ⅰ」に引き続き経営者の意思決定の重要な参考となる様々な企業分析指標について扱う。具体的には、日常的な業務を行ううえで生じた問題を判断する業務的意思決定、設備投資を行うか否かを判断する設備投資意思決定、そして、企業環境の変化に伴い発展を遂げている戦略的原価計算として、活動基準原価計算(ABC)、原価企画、経営戦略とバランス・スコアカード、品質原価計算、ライフサイクルコストングなどを扱う。	・この授業で扱う管理会計の概念と基礎知識（業務的意思決定、設備投資意思決定、活動基準原価計算など）を修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・管理会計の理論に照らして、その手続きに沿って簡単な計算演習ができ、経営管理資料を準備することができる、また既存の経営管理資料の分析・理解ができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・管理会計の知識や技能に基づき経営管理の背景を考察し、財務状況について表現でき、その企業の特徴の把握ができる。（リーダーシップ）○ ・管理会計に関心があり、経営管理者に役立つ情報を提供する管理会計を意欲的に分析・検討することができる。（情報の分析とマネジメント）○	・この授業で扱う管理会計の概念と基礎知識（業務的意思決定、設備投資意思決定、活動基準原価計算など）を概ね理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・管理会計の理論に照らして、その手続きに沿って簡単な計算演習が概ねでき、経営管理資料を準備し、また既存の経営管理資料の分析・理解しようと努力している様子が感じられる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・管理会計の知識や技能に基づき経営管理の背景を考察し、財務状況について概ね表現でき、その企業の特徴の把握しようとする努力が窺える。（リーダーシップ）○ ・管理会計に関心があり、経営管理者に役立つ情報を提供する管理会計を意欲的に考えることができる。（情報の分析とマネジメント）○
監査論	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、三様監査（財務諸表監査、監査役等監査、内部監査）を概説する。財務諸表監査は、経営者に作成責任がある財務諸表に対して、独立の第三者である監査人（公認会計士、監査法人）がその適正性について意見表明する行為であり、金融商品取引法（及び会社法）によって法定されている。また、監査役等監査は、経営者の業務の執行について監査役等が監査する行為であり、会社法を根拠とする。一方、内部監査は任意監査であり、会社内のガバナンス・プロセス、リスク・マネジメント、コントロール（統制手段）の妥当性と有効性を評価し、社内業務の改善に貢献する行為である。それぞれの特徴と監査のフレームワーク及び三様監査の関係について理解を深める。	・三様監査の意義を理解し、その理論的枠組みに関する知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）○ ・三様監査の知識にもとづき、開示される監査報告書の内容を平易な表現で説明でき、監査意見に対する適切な判断ができる。（リーダーシップ）○ ・新聞等の不祥事記事（特に会計不祥事）に関心を持ち、その背景を洞察することができる。（専門性・課題発見解決能力）○	・三様監査の意義を理解し、その理論的枠組みに関する専門用語を理解している。（ビジネスの基礎知識）○ ・三様監査の知識にもとづき、開示される監査報告書の概要を把握し、監査意見を判断することができる。（リーダーシップ）○ ・新聞等の不祥事記事（特に会計不祥事）に関心を持ち、その背景を考えることができる。（専門性・課題発見解決能力）○
リーダーシップ開発 応用演習	ビジネス学部 専門発展科目	2	2	この科目は、リーダーシップ開発入門演習ⅠとⅡ、リーダーシップ開発基礎演習での経験等を踏まえつつ、「自分らしいリーダーシップ」を発揮したり、他者が発揮するリーダーシップを支援したりすることで、より自己理解・他者理解を深めていく。グループのアウトプットを最大化するためにはどうすればよいか、困難な状況にある際、どのように共有し乗り越えていくか等、相互フィードバックを通じて、他者と協働していく力を高めしていく。自分らしいリーダーシップの発揮と他者や他グループのリーダーシップの支援を行うことで、クラスをラーニングコミュニティにする関心・意欲・態度を醸成する。	・より高度なリーダーシップの発揮を視野に、自己理解の深化と多様な他者を理解し受容することの必要性を理解する。（幅広い教養）○ ・自分らしいリーダーシップの発揮に必要な様々な論理思考やコミュニケーション、合意形成、コンフリクトマネジメントのスキルを適切に使えるようになる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・チームのアウトプットを最大化するためにはどのように困難を乗り越えるか、どのようなリーダーシップを発揮しチームの成果に貢献できるかを考え、共有することができる。（リーダーシップ）○ ・自分らしいリーダーシップの探究を踏まえて、クラス内における主体的な学びと成長を生み出すことへの関心を高め、メンバーの参画意欲と学習態度を高める支援行動を起こせるようになる。（専門性・課題発見解決能力）○	・自己理解と身近な他者を理解し受容することの必要性を理解する。（幅広い教養）○ ・自分らしいリーダーシップの発揮に必要なコミュニケーションスキルを部分的に使えるようになる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・チームのアウトプットに向けて、どのようなリーダーシップを発揮しチームに貢献できるかを考え、共有することができる。（リーダーシップ）○ ・自分らしいリーダーシップを発揮することへの関心を持ち、メンバーの参画意欲を高める支援行動を起こせるようになる。（専門性・課題発見解決能力）○
ファシリテーション 入門演習	ビジネス学部 専門発展科目	2	2	この科目は基幹・基礎科目である。 社会に出た際には、自身がプレーヤーとして課題を解決するだけでなく、様々な立場、役割、権限の場で貢献していくことが求められる。授業の支援を通して、履修生の課題解決に貢献するファシリテーション活動、その他教員の授業支援を実践しながら、ファシリテーションスキルの定着と、他者のリーダーシップを開発する。	・ファシリテーションとは何か、入門的な理解をしている。（幅広い教養）○ ・ファシリテーションに必要な基礎的なスキルを身につけている。（専門性・課題発見解決能力）○ ・ファシリテーターに必要な心構えを理解している。（リーダーシップ）○ ・ファシリテーターとして他者と積極的に関わるることができる。（専門性・課題発見解決能力）○	・ファシリテーションとは何か、初歩的な理解をしている。（幅広い教養）○ ・ファシリテーションに必要な初歩的なスキルを身につけている。（専門性・課題発見解決能力）○ ・ファシリテーターに必要な考え方を理解している。（リーダーシップ）○ ・ファシリテーターとして他者と関わるることができる。（専門性・課題発見解決能力）○
ファシリテーション 基礎演習A	ビジネス学部 専門発展科目	2	2	この科目は、ファシリテーションがビジネスの現場で必要とされる理由を理解し、企業等における会議や打合せ、また、課題を解決するために編成するワーキングチームやプロジェクト活動等の特徴を学び、合意形成、相互理解のサポート及び組織や参加者の活性化を促進するための知識と技能を修得する。具体的には、ロールプレイングの手法により、ビジネスの場を想定した疑似プロジェクト活動を行い、グループメンバーが様々な役割を担い発言する。ファシリテーターは学んだ知識を活用し、円滑なプロジェクト運営を実践する。ロールプレイング後、自らの振り返りとともに、教員やグループメンバーからフィードバックをもらうことで改善点を把握する。ロールプレイングは複数繰り返し、メンバー全員がファシリテーターを担い、全員のファシリテーションスキルを高める。	・ファシリテーションとは何か最低限を理解している。（幅広い教養）○ ・ファシリテーションに必要なスキルを身に付け、発揮することができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・ファシリテーターに必要な心構えを理解し表現することができる。（リーダーシップ）○ ・ファシリテーターとして他者と積極的に関わるることができる。（専門性・課題発見解決能力）○	・ファシリテーションとは何か最低限に理解している。（幅広い教養）○ ・ファシリテーションに必要なスキルを身に付ける努力をしている。（専門性・課題発見解決能力）○ ・ファシリテーターに必要な心構えを理解することができる。（リーダーシップ）○ ・ファシリテーターとして他者と最低限に関わるることができる。（専門性・課題発見解決能力）○

科目名称	科目区分	配当年次	単位数	科目概要	到達目標（成績評価A）	単位修得目標（成績評価C）
ファシリテーション基礎演習B	ビジネス学部 専門発展科目	2	2	ビジネスの現場におけるファシリテーターは、多様な人々の積極性を引き出し、それぞれの視点、考えや発想を可能な限り活用し、会議や打合せを円滑に進行することが求められ、アイデンティティ、モチベーション、能力、価値観等、個々の違いからさまざまな課題と向き合うことになる。この科目では、実際にビジネス上の会議等で起こりうる論点のズレ、主張の対立、議論の停滞等の事例を取り上げ、グループワークを通じてその原因分析を行うとともに、実践すべきファシリテーション方法をまとめる。その後、グループごとにプレゼンテーションを行い、教員及び他のグループからのフィードバックを受ける。テーマに応じて、ビジネスの現場で活躍するゲストスピーカーを招聘し、実務経験を通じた解説を組み込むことで、学習効果を高める。	・ファシリテーションとは何か理解し、説明することができる。（幅広い教養）○ ・会議の事前と事後を含めたプロセスの全体設計を行うことができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・話し合いの目的を明確にするための適切な表現ができ、事前準備及び事後フォローの留意点を示すことができる。（リーダーシップ）◎ ・ファシリテーターとして他者と積極的に関わりながら、問題解決に向けた支援ができる。（専門性・課題発見解決能力）◎	・ファシリテーションとは何か理解することができる。（幅広い教養）○ ・会議の事前と事後を含めたプロセスの設計を部分的に行うことができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・話し合いの目的を明確にするための表現を試み、事前準備及び事後フォローを行うことができる。（リーダーシップ）◎ ・ファシリテーターとして他者と関わりながら、問題解決への意欲を持つことができる。（専門性・課題発見解決能力）◎
チームコーチング基礎演習A	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、ビジネス等の現場で、チームや組織のメンバーがそれぞれの役割に応じて主体的に動き、責任をもって最後までやり遂げられるように環境を整えながら支援を、コーチングの基礎を身につけることを目的とする。具体的には、コーチングとは何か、コーチの役割とは何か、ビジネスのシーンで、どのような時になぜコーチングが必要なのかを理解するとともに、基礎的なコーチングスキル（状況説明のスキル、発問のスキル、傾聴のスキル）を理解する。修得した知識を実践できるようにグループワークを随所に盛り込むことで、コーチングの基礎的な理論と実践能力の育成を図る。	・コーチングとは何か理解をしている。（幅広い教養）○ ・基礎的なコーチングスキルを身につけ、グループワークの中で適切に発揮することができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・チームの環境を整えるために役割に応じた適切な状況説明や発問ができる。（リーダーシップ）◎ ・他者の主体性を引き出し、責任をもって最後までやり遂げる支援ができる。（専門性・課題発見解決能力）◎	・コーチングとは何か最低限に理解している。（幅広い教養）○ ・基礎的なコーチングスキルの理解をふまえ、グループワークの中で適切に発揮する努力をしている。（専門性・課題発見解決能力）○ 自身の役割に応じた状況説明や発問ができる。（リーダーシップ）◎ ・責任をもって最後までやり遂げる支援ができる。（専門性・課題発見解決能力）◎
チームコーチング基礎演習B	ビジネス学部 専門発展科目	3	2	この科目は、具体的なビジネス等の現場を想定し、他者との関係性を踏まえ、個性を尊重し、個性を発揮できるコーチングスキルを修得する。具体的には、モチベーションが低下しているメンバーと高いメンバーへのコーチングの違い、同僚の支援が得意なメンバーと不得手なメンバーに対するアプローチ、多様な価値観を持つメンバーが目標を達成するために協働するコーチング等、信頼関係を構築し、状況に応じてコーチングスキルが発揮できることを目指す。ロールプレイ、フィードバック、グループワークを多く取り入れ、コーチングスキル（傾聴技法、個性感知、質問技法）を体験的に学ぶ。	・コーチングとは何か理解し、説明することができる。（幅広い教養）○ ・ビジネスの現場を想定した場において、他者との関係性を踏まえ、個性を尊重しながら、個性を発揮できるコーチングができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・質問技法を用いた適切な表現により、他者の個性を引き出すことができる。（リーダーシップ）◎ ・適切なコーチングを用いながら、チームを引っ張り、チームを支え、導くことができる。（専門性・課題発見解決能力）◎	・コーチングとは何かを最低限に理解し、説明することができる。（幅広い教養）○ ・ビジネスの現場を想定した場において、他者との関係性を踏まえ、他者理解をふまえた、コーチングができる。（専門性・課題発見解決能力）○ ・質問技法を用いた表現により、他者の個性を引き出す努力をしている。（リーダーシップ）◎ ・適切なコーチングを用いながら、チームを支えることができる。（専門性・課題発見解決能力）◎
3年ゼミナール	ビジネス学部 専門発展科目	3	4	この科目は、4年次において卒業論文に向けた研究を進める上で必要となる様々な社会科学の方法、すなわち、社会科学が要請する思考法や技術、姿勢などを、少数数のゼミナール形式による双方向型の学びを通じて修得することを目的とする。具体的な活動内容としては、文献講読、統計資料や財務資料等の読解・分析、実地見学、担当教員や実務家等との人的交流等が挙げられるが、各ゼミナールのテーマや活動内容は担当教員の専門性を踏まえて独自に設定されるため、多様となる。学生は自分の関心に基づいてゼミナールを選択し、それまでに各自が学んできたことを活かしながら、各ゼミナールの活動に積極的に参加することで学修をすすめる。	・グループ学修を通じて、研究課題の設定や研究レポートの作成に必要な知識を修得している。（幅広い教養）◎ ・グループ学修を通じて、必要となる技能を学修し、活用できるようになる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・文献講読、統計資料や財務資料等の読解・分析を行い、その内容・結果を適切に表現できるようになる。（リーダーシップ）◎ ・ゼミ活動全般について他者と協働しながら建設的な意見交換を行い、課題解決しようとなることができるようになる。（情報の分析とマネジメント）◎	・グループ学修を通じて、研究課題の設定や研究レポートの作成に必要な基礎知識を修得している。（幅広い教養）◎ ・グループ学修を通じて、必要となる技能を学修し、最低限の活用ができるようになる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・文献講読、統計資料や財務資料等の読解・分析を行い、その内容・結果について適否等の判断ができるようになる。（リーダーシップ）◎ ・ゼミ活動全般について他者と協働しながら建設的な意見交換を行い、課題解決しようとなることができるようになる。（情報の分析とマネジメント）◎
4年ゼミナール	ビジネス学部 専門発展科目	4	4	この科目は、学生が所属するゼミナールにおいて、3年次からの社会科学的方法の学修の継続に加え、担当教員の指導の下で進めている研究の報告や意見交換を行う。4年次では3年次ゼミナールから学修している社会科学的方法を基に、各自が卒業論文に向けて研究課題を設定し、調査し、解明へと接近することになるが、研究課題設定や調査方法、解明に向けた接近方法が適切であるかどうかを絶えず検討しながら研究をすすめていく必要がある。そのためには調査・研究の自律的遂行のみならず、ゼミナールにおける発表・討議といったコミュニケーションも軸となる。自分や他の学生の研究について、繰り返し他者と対話し、読み・書き・考えるといった重要な基礎的作業を通じて、1年次から学んできたことを結実させる。	・グループ学修を通じて、研究課題の分析、研究計画書の作成、データの収集・分析に必要な知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・グループ学修を通じて、必要となる専門的な技能を学修し、その活用について3年次よりも高いレベルで行うことができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・他者とのコミュニケーションを通じて、課題を発見し、文献調査、分析等を行いながら、論理的に自らの考えを表現できるようになる。（リーダーシップ）◎ ・ゼミ活動全般について他者と協働しながら建設的な意見交換を行い、課題解決しようと3年次より高いレベルで行うことができるようになる。（情報の分析とマネジメント）◎	・グループ学修を通じて、研究課題の分析、研究計画書の作成、データの収集・分析に必要な基礎知識を修得している。（ビジネスの基礎知識）◎ ・グループ学修を通じて、必要となる専門的な技能を学修し、標準的な水準で活用することができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・他者とのコミュニケーションを通じて、課題を発見し、文献調査、分析等を行いながら、部分的だとしても論理的に自らの考えを表現できるようになる。（リーダーシップ）◎ ・ゼミ活動全般について他者と協働しながら建設的な意見交換を行い、課題解決しようと3年次より高いレベルで行うことができるようになる。（情報の分析とマネジメント）◎
卒業論文	ビジネス学部 専門発展科目	4	4	この科目は、学生は各自の研究成果を論文にまとめ、発表できるように担当教員から指導を受ける。具体的には、卒業論文の意義や目的を明らかにした上で、研究課題の設定、方法論の検討、調査、結論の導出といった一連の作業を、担当教員による個別面談等きめ細やかな指導の下で進め、報告・討議などを繰り返しながら、論文が完成できるように指導する。学生がこれまで学修した知識、思考力、姿勢等、学修成果の総集と呼ぶにふさわしい卒業論文の完成と発表を目指す。	・卒業論文の執筆・準備を通じて、研究課題に関わる必要充分な知識を理解できるようになる。（情報の分析とマネジメント）◎ ・卒業論文の執筆を通じて、研究課題に関わる必要充分な技能の学修やその活用を行うことができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・論理的に物事を捉えつつ、自らの考えを的確に表現できるようになる。（リーダーシップ）◎ ・卒業論文作成における調査・議論・執筆の各段階において手順や頻度を落とすことなく着実に研究活動을 遂行し、4年間で学修した諸能力を現実のビジネスの場で活かすことができる。（情報の分析とマネジメント）◎	・卒業論文の執筆・準備を通じて、研究課題に関わる必要知識を理解できるようになる。（情報の分析とマネジメント）◎ ・卒業論文の執筆を通じて、研究課題に関わる必要な技能の学修やその活用を行うことができる。（専門性・課題発見解決能力）◎ ・論理的に物事を捉えつつ、自らの考えを的確に表現できるようになる。（リーダーシップ）◎ ・卒業論文作成における調査・議論・執筆の各段階において手順や頻度を落とすことなく着実に研究活動を遂行し、4年間で学修した諸能力を示すことができる。（情報の分析とマネジメント）◎