# 経営学部経営学科 カリキュラムマップ

| 履修区分 | 科目区分 | 対象コース | 1年次 | 2年次 | 3年次 | 4年次 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 必修 | 演習科目 | 学部共通 | | 基礎演習1・2 | 専門演習1・2 | 専門演習3・4 |
| | 講義科目 | | 経営学入門 | | | |
| 全員履修 | 演習科目 | 学部共通 | プレゼミ1・2 | | | |
| | 講義科目 | | 演習入門／ビジネスデータ分析1 | ビジネスデータ分析2 | | |
| 選択必修 | 選択必修科目 | 学部共通 | ICTビジネス基礎／国際ビジネス入門／<br>スポーツマネジメント入門／会計学入門／マーケティング入門 | | | |
| | | | | 経営戦略論／流通システム論／ファッションマーケティング | | |
| 自由選択 | 自由選択科目 | 経営・会計コース | | 企業論／企業社会論／経営実践講座a・b／経営管理論／中小企業論／中小企業家同友会寄付講座経営組織論／<br>マネジメントゲーム／基本簿記1・2 | | |
| | | | | | 人的資源管理論／産学連携プロジェクトa・b／管理会計論／財務会計論／<br>経営財務論／事業承継論／商業簿記／工業簿記 | |
| | | マーケティングコース | | マーケティング論／マーケティングリサーチ／サービスマーケティング論／マーチャンダイジング論／ロジスティクス論／<br>リテールマーケティング1・2 | | |
| | | | | | インターネットマーケティング／営業論／ストアオペレーション／広告論／<br>交通サービス論／マーケティング実践／商品開発論／流通政策 | |
| | | ブランド・ファッションコース | ファッションビジネス | | | |
| | | | | ブランドマーケティング／ブランドビジネス／インテリアデザイン／ホスピタリティマネジメント／サービスビジネス | | |
| | | | | | ファッションマネジメント戦略／ファッションとIT／アパレル産業論／<br>ファッションビジネス実践／インテリアデザイン実践／商空間計画論／<br>ライフスタイルビジネス／ホテルビジネス／フードビジネス／ブライダル実務／<br>エンターテインメントビジネス／インテリアビジネス／ブライダルマネジメント／<br>ブライダルビジネス | |
| | | スポーツ・マネジメントコース | | コーチング論1・2／アスリートキャリア1・2／スポーツビジネス／プロスポーツビジネス／スポーツ組織論／<br>スポーツビジネスキャリア／地域スポーツクラブ論／スポーツと社会 | | |
| | | | | | 企業分析論／中小企業論／マーケティング論／経営組織論／ベンチャービジネス論 | |
| | | 国際ビジネスコース | 貿易英語 | | | |
| | | | | 国際ビジネス論／国際産業論／国際マーケティング／英語で学ぶ国際ビジネス／貿易実務 | | |
| | | | | | 国際貿易論／多国籍企業論／アメリカビジネス論／新興国ビジネス論／<br>中国・アジアビジネス論／国際投資論／国際金融論／異文化経営論 | |
| | | ICTビジネスコース | 総合講座（デジタル・エコノミー）／情報産業論／基礎数学1 | | | |
| | | | | ICTビジネス論／コンテンツビジネス／経営情報論／アンケート調査と分析／金融概論／デジタルコミュニケーション | | |
| | | | | | eコマース／金融テクノロジー／経営統計学1・2／ICT英語<br>テキストマイニング／多変量解析 | |
| | | その他 | | 経営学特別講義1～5／職業指導1・2 | | |
| | | | | | 会社法／税法 | |

# [経営学部経営学科]授業科目の概要

※50音順

| 授業科目の名称 | 講義等の内容 |
|---|---|
| ICT英語 | 本科目では、際化時代に対応するビジネスパーソン育成のため、ICTを使用した様々な方法でICTに関するビジネス英語について講義する。本科目において用いるツールとしては、音声認識機能の使用、チャットボット(ビジネスのためのAI)の作成と使用、ゲーム化した感覚反復データベースの英語で活用する。ICTに関する英語を知り、ツールを使いこなすことで、ビジネスの現場感覚を養い、国際社会で活躍できる人材の育成を目的とする。 |
| ICTビジネス基礎 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、ICTビジネスコースの基礎科目として、本コースに設置される各科目に連動していく内容を講義する。具体的には、ICTの発展による企業効率の上昇や、新しい付加価値の生成という両側面を理解した上で、電子商取引の売り手側・買い手側、Eマーケットプレイスでの運営、クラウドコンピューティングの発展と企業間連携、SNSをはじめとする消費者行動の変化、AIやVRの持つ意味、電子マネーなどを扱う。以上を通して「Society5.0」の社会を探る。 |
| ICTビジネス論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、最初に「ICTビジネス」と「eコマース」の違いについて講義した上で、「電子マネー」・「電子商取引」の現状、及びそれらが企業経営、流通、金融、生活に及ぼす衝撃と将来展望について、「シンギュラリティ」の議論をベースに展開していく。さらに、「ICTビジネス」の多彩な顔を理解するために、「IoT」や「3Dプリンター」、「シェアリングエコノミー(UberやAirbnbなど)」「5G問題」「AIタクシー」「遠隔医療」「スマートシティ」などの具体的ケースを通して、最新の動向や、世界を制するプラットフォーム企業(GAFA VS BATH)についても考察する。最後に、「第4次産業革命」「世界の覇権交代」など歴史的な位置づけについて、理解を深める。 |
| アスリートキャリア1 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、競技力の向上に努めているアスリート学生を主対象として、卒業後の理想的な進路と、それを実現するために在学中にすべきことを整理するための講義を行う。受講生は、経済産業省が提唱した「社会人基礎力」をふまえ、その内容を理解するとともに、重要性やスキルの修得方法について学ぶ。併せて、グループワークや受講生座談会などの実践的な取り組みを通して、学生の社会人基礎力の向上を図る。 |
| アスリートキャリア2 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、「アスリートキャリア1」での成果をふまえ、アスリート学生が在学中に学業と競技を両立して、卒業後に望ましいキャリアを形成するための講義を行う。講義は、以下の4部で構成し、授業を通してロールモデルを参考にしながら、他者と協力して課題を解決する力や、卒業後の進路やセカンドキャリアにおいて必須となるスキルの修得へ向けての学びを蓄積する。<br>①元アスリートの講話<br>②グループワーク<br>③社会人基礎力の養成<br>④課題発表 |
| アパレル産業論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、アパレル産業の全貌について、以下の3点を講義する。<br>①世界アパレル産業の貿易構造および売上高や利益率等の企業別世界ランキングを概観することで生産国基準ならびにブランド・メーカー基準の国際競争力を明確にする。<br>②アパレル製品がどのようにして生まれるのか、ファッショントレンドの発生からデザインを経て、製造・販売されるまでの流れに関わる各企業の働きを具体的に明らかにする。<br>③主に日本国内のアパレル関連産業の歴史を意識しつつ、それぞれの時代を代表する企業とそのビジネスモデルについて解説する。 |
| アメリカビジネス論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、20世紀以降に登場したアメリカにおけるビッグビジネスの形成過程から21世紀の最新のビジネスまでの歴史的変化を見ることによって、絶えず世界をリードしてきたアメリカビジネスの特徴について講義する。特に高度経済成長期のフォードシステムに代表される大量生産方式、IT革命を主導したやウインテルなどのICT企業の成長、更には21世紀におけるデジタル革命とGAFAに代表されるプラットフォーマーの台頭など、各時代の代表的なアメリカビジネスとビジネスモデルの成長と衰退要因、今後の発展方向について理解を深める。 |
| アンケート調査と分析 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、「0,1」または「1,2」などの2値データについて講義する。これらを学ぶことで、離散系データや名義変数、季節変動や性別・年齢・地域等の特性についての分析力を修得する。得られたデータを集計し、基本統計量(サンプル数、平均、分散、最大値、最小値など)として処理するスキルを体得する。講義を通して、従来からの記述統計(簡単な表やグラフ)にとどまらず、異なったデータ群との比較や、因子の発見、項目ごとの相関など数理統計による分析方法も学ぶ。 |
| eコマース | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、ICT(情報コミュニケーション技術)を活用した「電子商取引」や「ネットビジネス」についての事例を使って、「eコマース」に関する基礎的な知識と今後について講義する。具体的には、電子商取引の3類型(B2B・B2C・C2C)を理解すると共に、Webの仕組み、IoTとAI、ビジネスモデル、SNSの活用と課題、電子決済、ブロックチェーンと仮想通貨、デジタル配信の動向と課題等について、事例を中心に講義を行う。受講生は、取引形態として、ネットワークを介した契約や決済について学ぶと共に、理解を深める。 |
| 異文化経営論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、人的資源管理(HRM)や組織文化論の視点からグローバル・ビジネス・コミュニケーションの特徴や諸問題について考察し、異文化経営への理解を深めるための講義を行う。具体的には、現代社会におけるダイバーシティ問題や異文化マネジメントの諸問題を取り上げ、グローバル経営における人事・組織マネジメントの意義を確認しながら、ケースを扱いつつ、それを組織や個人でコントロールするための方法論を学ぶ。 |
| インターネットマーケティング | 本科目は、講義科目である。<br>本科目のテーマは「本質を見抜く」である。インターネットによってマーケティング活動の変化を考察し、洞察力を身に着けるための講義を行う。インターネットによってマーケティング活動は大きく変わったと言われるが、そうした中で、変わったこと、変わらないことを見つけ出し、マーケティング活動の本質について講義する。受講生は、デジタル社会のマーケティング、デジタル社会の消費行動、デジタル社会のビジネスモデル、デジタル社会の基本理念、デジタル社会の製品戦略、事例研究を学ぶ。 |
| インテリアデザイン | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、インテリアデザインについて学ぶ。インテリアコーディネーター資格試験の1次学科試験のインテリアデザイン分野の内容を題材として講義を行う。インテリアデザインをテーマとし、インテリアに関する基礎知識を修得することを目指す。インテリアコーディネーター資格試験の1次試験のインテリアデザイン分野(構造・構法1、構造・構法2、材料1、材料2、環境工学1、環境工学2、住宅設備1、住宅設備2、照明1、照明2、表現技法、建築関連法規、消費者関連法規)の理解を深めることを授業の到達目標とする。 |
| インテリアデザイン実践 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、サービスロジックの観点から、店舗マネジメントにおけるインテリアの重要性について講義する。受講生は、特に以下の2点を修得する。<br>①インテリアコーディネーターに求められるインテリア図面を読む<br>②自分の提案するインテリア空間を図面やパースで表現できる基礎的能力の醸成<br>これらの学びをふまえ、インテリアコーディネーター2次試験の製図試験の課題を想定し、基本コンセプトの作成、プランニング(計画立案)、プレゼンテーション(提案)に関する基礎的能力を修得する。 |
| インテリアビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、本講義では家具を中心としたビジネスに焦点をあてることで五感を意識したマーケティングからのビジネスについて講義する。インテリアビジネス業界は海外有力企業の日本市場への進出により、また既存の家具店に加え、ホームセンター、海外並行輸入業者の台頭によりビジネスとしては非常に厳しい状況となっている。こうした時代において必要とされるビジネスについて学ぶ。特に、インテリアビジネスを行うにあたり重要なことは日本のインテリアの歴史、西洋のインテリアの歴史、インテリアオーナメント、エクステリアエレメント、テーブルウェア，ベッドウェアの本質を身に付けるとともに、人間工学的な知識も修得する。 |

| 授業科目の名称 | 講義等の内容 |
| --- | --- |
| 営業論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、欧米のマーケティング論の中にはない日本特有の営業について歴史的視点からその成り立ちについて講義する。「営業（職）」と言われると、企業においては最も重要な役割を担っているにも関わらず、ノルマや押し売り等といったイメージがあり、若者世代には人気のある職種とは言えないのが現状である。受講生は、イメージとは異なる企業と顧客・消費者を結びつける境界連結者としての役割と、営業担当者の活動から生み出される新たな価値を「価値共創」の概念について、学ぶ。 |
| 英語で学ぶ国際ビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、現在、国際ビジネスで最も使われている言語が英語であることをふまえ、その中にでのビジネス特有の専門用語や業界での使用法について講義する。これらは一般的な英語学修には含まれない領域である。具体的には動画で配信されている著名な経営者による新商品発表会や、英語圏で公開されているWEBによる新聞や雑誌によるビジネス記事などを通して、国際ビジネスとそのような場面んで使われる英語への理解を深め、英語のスキルを修得する。 |
| 演習入門 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、経営学部で実施される学びを俯瞰する。授業の前半部分は、2年次生で受講する基礎演習1・2および3年次生から始まる専門演習1～4の活動内容を把握できるよう経営学部の各演習担当教員が講義を担当する。ゼミ活動を知ることにより、学びの拡充を図ることができる。また、今後のゼミ選択および経営学部の専門科目の学修計画の作成に寄与する。授業の後半部分では、充実した大学生活を送るために有益となる、学修支援・キャリア支援や留学制度などに関する知識・情報を提供する。 |
| エンターテインメントビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、エンターテインメントについて幅広く学び、日本のエンターテインメントとその消費に関する知識について講義する。特に、映画、音楽、ショービジネス、テーマパークを対象に、ビジネスモデルの違いや共通点を理解する。　具体的には、エンターテインメントの歴史とその消費、映画と音楽とショービジネスの関わり、テーマパークの歴史と産業の全体像、テーマパークのビジネスモデル、映画と音楽とショーとテーマパークの関わり、エンターテインメントと統合型リゾート、エンターテインメントビジネスのまとめから構成することで受講生のより一層の理解を図る。 |
| 会計学入門 | 本科目では、会計学の入門科目として、企業が公表する財務諸表の読み方について理解することを目的とする。企業経営を理解するためには、数値からの理解は必要不可欠である。したがって、受講生が企業経営を数値から読み解けるようになることが目的である。具体的には、貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書等の財務諸表の構造と用語、及び基本的な比率分析の説明を行う。講義で用いる財務諸表及びデータは、受講生にとって身近な企業の実際のものを用いる。また、理解を深めるために表計算ソフトを用いた実習作業も積極的に取り入れる。 |
| 会社法 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、会社法の中でも特に株式、会社機関、資金調達を中心に講義する。また、本科目では、会社法の体系的な理解を目的として、各制度の意義、趣旨等を開設するとともに、重要論点や重要判例の考察、時事問題について学ぶ。会社の設立、組織、運営、管理などについて定められた法律である会社法を理解しておくことで、経営学・会計学・マーケティングなどの授業を理解するための基礎知識を修得する。 |
| 管理会計論 | 本科目では、管理会計の基本的な考え方、代表的な技法を講義する。管理会計とは、企業が経営管理を行う上で有用となる会計情報システムのことをいい、経営管理会計ともいわれる。企業及びその他の組織の円滑な運営に管理会計は必要不可欠である。本講義では管理会計を経営診断のための管理会計、業績管理のための管理会計、意思決定のための管理会計に分類しそれぞれ説明していく。また、理解を深めるために表計算ソフトを用いた実習も取り入れる。更に、時事的テーマについての説明も行う。 |
| 企業社会論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、人材育成においては、キャリア、熟練形成のための綿密な教育訓練を充分に整備することが不可欠であることから、日本国内の「企業社会」（日本国内の労働環境、労使関係、企業組織、教育訓練）の各制度における問題点について理解することを目標とする。特に、新卒入社からの昇格・昇給に必要な仕事能力であるキャリア熟練形成と、正規雇用者中心に実施されている教育訓練が増加する非正規雇用者にも重要であることについて説明する。これらのことを通じて、日本企業の働き方、キャリア、労働に関する法律や規制、雇用慣行の問題点などについて学んでいく。 |
| 企業分析論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、企業を定量的に分析する技術を修得し、企業行動、組織、業績、株価といったさまざまな観点から、企業の実態に迫る。財務情報など現実のデータにふれながら、企業分析の基礎を学び、かつその知識を応用に結びつける能力を育成する。そのために、財務諸表の基本的な見方はもちろんのこと、財務諸表が社会に与える影響を客観的に理解するために、金融や統計の知識についても平易に解説する。与えられた数値を適切に加工することによって、企業に関する理解を飛躍的に高める。 |
| 企業論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、企業を対象として、その誕生、存在理由、発展過程などについて、以下の3点を中心に講義する。<br>①企業の大規模化と、株式会社の仕組みやコーポレートガバナンスの論点について説明する。<br>②日本的経営について概説し、高度経済成長を牽引してきた日本企業の特徴について理解する。<br>③近年の企業の課題である企業の社会的責任(CSR)や世界的な潮流となりつつある持続可能な開発目標(SDGs)への対応について説明する。<br>これらを通じて、多くの人の生活基盤となっている企業の特徴について多角的かつ総合的な視点で理解することがこの授業の目標である。 |
| 基礎演習1 | 本科目は、演習科目である。<br>本科目では、3～4年次で始まる「専門演習1・2」を履修する前に必要な、経営学部の全般に渡る基礎知識を増やし、学生自身が主体的に関心のあるテーマを発見し、それについて深く掘り下げて研究する。また、学生自身が発信者としてのプレゼンテーション能力やスキルを身につけ、同時にディスカッションを通じて、仲間の発言を注意深く聞き、多様な価値観を知り、それを互いに尊重し共生する能力を養成する。さらに、自分の意見を述べ、自分の考えを短い文章にまとめる力をつける。 |
| 基礎演習2 | 本科目は演習科目である。<br>本科目では、受講生は2年次終了時点までに、経営学部6コースの中から指導を希望する教員とテーマを選択する。「基礎演習1」に引き続き、受講生自身が主体的に関心のある専門性のあるテーマを発見し、それについて深く掘り下げて研究する。また、受講生自身が発信者としてのプレゼンテーション能力やスキルを身につけ、同時にディスカッションを通じて、思考の柔軟性を高め、仲間の発言に対する傾聴力を養い、多様な価値観を知ることで想像力を高め、それを互いに尊重し共生する能力を養成する。さらに、自分の意見を述べ、自分の考えを論理的な文章としてまとめる創造力を高める。 |
| 基礎数学1 | 本科目では、AI・データサイエンスの導入のための数学、またビジネスのための入門の数学、さらに社会に出た時に役立つExcel技術の修得を目標としている。講義では、数学の基礎的な事項を説明した後に、AI・データサイエンスの要になる微積分の初歩的な事項、利率計算や成長率などビジネスに関連のある事項を、実習形式で学んでいく。この科目を履修することによって、(1)経営・会計・金融等、社会科学や生活と関連の深い事柄に関する知識と計算能力、(2)AIやデータサイエンスを学ぶための数学的準備、(3)採用試験の筆記試験を突破できる集合や論理の基礎力、(4)Excelの各種関数やグラフ描画・ピボットテーブルなど重要な機能の使い方等を修得する。 |
| 基本簿記1 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、「ビジネスの言語」としての会計情報がどのように作成されるかについて講義する。そのためには、まず企業の情報システムとしての複式簿記の基礎を修得しなければならない。本講義では、この複式簿記の基本的理解を深めることを目的とし、日商簿記検定3級の取得を視野に入れて学修を進め、日商簿記3級の前半部分を説明する。具体的に講義で取り扱う内容は、簿記の目的、貸借対照表の構造と考え方、損益計算書の構造と考え方、基礎的な仕訳と転記である。簿記を理解するには、地道な努力の積み重ねが何にも増して求められるが、テキストと問題集をうまく活用することで、簿記の根本を説明する。 |
| 基本簿記2 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、「ビジネスの言語」としての会計情報がどのように作成されるかについて講義する。受講生は、企業の情報システムとしての複式簿記の基礎を修得する。本講義では、基本簿記1に引き続き、複式簿記の基本的理解を深めることを目的とし、日商簿記検定3級の取得を視野に入れて学修を進め、日商簿記3級の後半部分を説明する。具体的に講義で取り扱う内容は、手形、債権と債務、有形固定資産、決算の手続き等である。簿記を理解するには、地道な努力の積み重ねが何にも増して求められるが、テキストと問題集をうまく活用することで、簿記の根本をわかりやすく説明する。 |

| 授業科目の名称 | 講義等の内容 |
| --- | --- |
| 金融概論 | 本科目は、講義科目である。　　　　　　　　　本科目では、①実社会における銀行をはじめとする金融機関の役割を理解すること、②我々の日々の生活が金融の世界の中にあることを理解し、金融を通じて自身の長期的な将来をイメージできるようになること、③金融の知識を深めより正しい行動を意識できるようになることを目的とする。我々の生活と金融の関係を理解することで、現在世の中で起こっていることや過去に起こったことを理解しやすくなり、学生のみなさんは、より広い視野を持って生活することができるようになる。そのため、本講義では、実社会における金融の役割を総合的に学習する。 |
| 金融テクノロジー | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、先端テクノロジーによる金融業界の変化とそれが持つ可能性を理解することを目的とする。デジタル化やデジタルトランスフォーメーション（DX）という言葉が聞かれるようになって久しい現代、DXは金融業界にも変革を迫っている。金融業界では、金融（Finance）と技術（Technology）を組み合わせた「Fin Tech」がDXにあたる。FinTechは、我々の生活の利便性を向上させるだけでなく、これまで解決が後回しにされてきた貧困や格差問題の改善に対しても変化を与えることが可能である。受講生は、こうした新しい技術を理解し、その活用次第で世界の抱える問題にも取り組めることを知ることで、視野の拡大へ向けての学びを修得する。 |
| 経営学特別講義1 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、お茶を通じて、中国・インドなどのアジア地域と、ポルトガル、イギリス、アメリカなどの欧米諸国が交錯するビジネスの歴史について講義する。イギリス東インド会社による中国茶の輸入独占がきっかけとなるアメリカ独立戦争、輸入独占廃止によるイギリスとの貿易不均衡が原因となるアヘン戦争など、世界のビジネス史を語るうえではお茶との関わりは欠かせないものであることへの理解を深める。 |
| 経営学特別講義2 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、前半は基礎として野菜・果物の生産から流通までを講義する。野菜の個性や良品の見分け方、調理方法などを知り、その展開として野菜・果物の健康との関わり、西洋野菜と洋食、伝統野菜と食文化、野菜と人との関わりを学び、健康的な野菜摂取のための理解を深める。後半は、食に携わる職業人について講義する。視野の拡充と構築のために、授業と関連ある飲食店や市場、施設を紹介することで、店舗への付加価値としてのブランド化について学ぶ。 |
| 経営学特別講義3 | 本科目では、実践演習を交えて、ビジュアル・マーチャンダイジング（VMD）について学ぶ。VMDとは「マーチャンダイジング＝商品化計画」と「ビジュアル＝視覚化」を指す。受講生は、講義を通して店舗の前を通るお客様に“店舗のコンセプトを呼びかける声の視覚化”と、店舗とお客様とのコミュニケーション方法について学ぶ。特に本講義では、自分の考えをデザイン化し、VMDで重要とされる様々な角度からの理解、そしてそれを表現する方法を学ぶ。それによって、新しいトレンドを創っていくスキルを修得する。最終的には、追いかけるデザインではなく、時代にあった新しいデザインや世界観の提案ができる能力を修得する。 |
| 経営学特別講義4 | 本科目では、「ビジュアルマーチャンダイジング実践1」での成果をふまえ、実践演習やグループディスカッションを中心に、時代背景にあった生きたデザインについて講義する。受講生は、ヒアリングやコミュニケーションの実践を行い、自分で提案していく中で、自他の認識の違いも確認しながら、店舗デザイン・VMDに必要なパブリックデザインのについて学ぶ。コミュニケーション能力を養い、時代と社会にあったデザインと世界観の提案が出来る能力を修得する。 |
| 経営学特別講義5 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、領域横断的に独自のライフスタイルを構築し、観光、地域振興、地方創生、イベント、SNSマーケティング、セルフブランディングと活動領域、パフォーマンスについて講義する。受講生は、現代はさまざまな仕事がITによって省力化され、近い将来にはAIに代替される仕事が増加することを把握する。人々は労働から解放され、娯楽などの余暇が増えライフスタイルの多様化する未来が描かれることをぶと共に、観光ビジネスの観点から、SNS活用、マーケティングとの関連などを考え、また、世界遺産や聖地巡礼等についても理解を深める。 |
| 経営学入門 | 本科目は講義科目である。<br>本科目では、経営学に初めて触れる1年次学生を対象とする。講義では、経営学とは何か、どのようなことを学ぶのか、学ぶことにどのようなメリットがあるのかなどについて解説していく。また同時に、大学での学修をスムーズに進めるために、毎回のレポートや課題の作成と提出を義務づけ、講義で学修した内容を整理し、それを文章で表現できる能力を育成する。これらのことを通じて、経営学の全体像をとらえ、特に2年次以降の経営学に関するより専門的な分野を学ぶ上での基礎を構築することがこの授業の目的である。 |
| 経営管理論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、受講生が経営管理に関する主要な概念を説明することができるようになること、それによって経営管理論の全体像を把握することを目標とする講義を行う。経営管理とは、何らかの目的を達成するために、人々に働きかけて協働を促進し、外部環境に適応しようとする活動である。このような広域な考え方を理解するためには、企業経営の様々な概念を体系的に学ぶことが重要となる。具体的には、方針や計画を決める活動、人々を組織して導く活動、さらに成果を評価して必要に応じた改善を行う活動等を学ぶ。 |
| 経営財務論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、経済や金融環境を把握する方法、そのような金融環境下において最適な資金調達方法、調達した資金の運用方法について説明する。また、プロジェクトに投資するための意思決定方法や企業の買収・合併などに伴う一連の手続きについても説明する。経営財務論は、企業が行う資金を調達活動と、調達した資金を運用するための活動についての学問である。企業は銀行借入、社債の発行、株式の発行など様々な方法で資金を調達する。また、その時の金融環境に応じて、最適な資金調達方法を模索する。 |
| 経営実践講座a | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、中小企業の経営者を招聘し、中小企業の経営者が変わりゆく経済環境の中でいかに経営活動を進め、存立・維持・発展を実現しているかを体感することが主な狙いである。本授業では、地域や社会への寄与を重視した企業群が講義を担当する。最終的には、「中小企業とはどのようなものか」、「経営者（社長など）の役割は何か」、「社会に出て働くとはどういうことなのか」などについて受講生が学んでおくべき企業や社会の基本的な事項について理解することを目標とする。 |
| 経営実践講座b | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、中小企業の経営者を招聘し、中小企業の経営者が変わりゆく経済環境の中でいかに経営活動を進め、存立・維持・発展を実現しているかを体感することが主な狙いである。本授業では、自社技術力や従業員の働き方への寄与を重視した企業群が講義を担当する。最終的には、「中小企業とはどのようなものか」、「経営者（社長など）の役割は何か」、「社会に出て働くとはどういうことなのか」などについて受講生が学んでおくべき企業や社会の基本的な事項について理解することを目標とする。 |
| 経営情報論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、製造、販売、購買、人事など多岐にわたる企業経営と情報の関係性を理解することによって、経営情報システムのあり方や展開方法についての知見を深めるための講義を行う。我々の行動は、何らかの計画にしたがって実行され、その実行に伴って結果が生じる。受講生は、行動が計画や結果といった情報と一体となって進行することを学ぶと共に、企業における経営活動においては、経営と情報が一体化するという傾向について理解を深める。さらに、ネットワークインフラの整備などを含む近年の情報処理技術の進展に伴って、企業経営においては情報管理にとどまらず、戦略的に情報活用されていることを把握する。 |
| 経営戦略論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、様々な企業の事例を取り上げながら、多角化戦略、コストリーダーシップ戦略、差別化戦略、競争要因分析など、経営戦略に関する重要な概念や理論について講義を行う。経営戦略とは企業の中長期的な方針のことであり、人材や資金などの経営資源を展開する上での指針となるものである。現代の企業においてはこのような戦略的な経営が不可欠となっている。受講生は、経営戦略の主要な考え方の説明や、学修した概念や理論を応用し、企業経営を経営戦略の観点から分析が行えるスキルを修得する。 |
| 経営組織論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、経営学の重要な視点である組織について講義する。一般的に我々は組織の中で生まれ、組織によって教育され、たいていの人はその生涯の大部分を組織のため働くことに消費する。本授業では、企業組織の設計運用と、組織のなかで働く人の組織行動の基本を学びながら、企業経営における組織マネジメントの戦略的重要性について理解することを目標とする。特に、経営戦略論の基本的な考え方を取り入れた組織デザイン（構造設計）論と、組織行動論のコア・コンセプトを中心に解説する。また、必要に応じて事例研究を行い、理解を深める。 |

| 授業科目の名称 | 講義等の内容 |
|---|---|
| 経営統計学1 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、各種業界や経済全体に関する統計資料(マクロデータ)、個々の企業の業績評価や内部データ(ミクロデータ)を扱いながら、統計・データを把握・吟味し、また統計諸手法を講義する。具体的には、ビジネス・パーソンが知っておくべき主な統計や指標の見方などを知り、推測統計学の手法をふまえてビジネスで利用されている基本部分を理解し、受講生自身がこれらの統計データを用いて分析し、解釈する力を修得する。 |
| 経営統計学2 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、代表値・度数分布表とヒストグラム、母集団・標本と確率、正規分布とそのビジネスへの応用の基本、標本統計量と母集団統計量、標本サイズと標本平均の分布、中心極限定理と推定の方法、母平均・比率の推定と検定などの理解と実践的手法について講義する。具体的には、「有効求人倍率」・「家計調査」・「完全失業率」・「消費者物価指数」・「日銀短観」・「企業物価指数」・「法人企業統計」・「法人企業景気予測調査」・「景気ウォッチャー調査」・「消費動向調査」・「景気動向指数」・「機械受注」・「鉱工業生産・出荷・在庫指数」・「第3次産業活動指数」・「住宅着工統計」・「マンション契約率」・「倒産集計」などのデータを通して、経営統計学への理解を深める。 |
| 工業簿記 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、製造業で利用されている工業簿記の基本的な仕組みについて講義する。商業簿記は卸売業や小売業を対象とした簿記であったのに対し、工業簿記は製造業を対象とした簿記である。本講義は製造業が日々用いている簿記の仕組みについて理解を深める。具体的には、日商簿記検定2級の工業簿記部分の内容を中心に説明していく。材料費、労務費、経費の計算、間接費の配賦、個別原価計算、総合原価計算、標準原価計算など、工業簿記と原価計算の基本的な理解が目標となる。 |
| 広告論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、マスコミ業界、広告会社での業務の紹介など、広告実務を踏まえた知識についての講義を踏まえ、その理解を深める。広告・マスコミ関連業界への就職を目指す学生に資することを目標とする。受講生は、マスコミ業界、広告会社の全体像について学び、次にその中の各論についての詳解から広告についての理解を深める。具体的事例や、広告会社での実例をふまえながら、実学としての広告ビジネスについて修得する。 |
| 交通サービス論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、下記に掲げる将来ビジョンも盛り込んで、受講生にはこれまでに学修したマーケティング理論を活かした、具体的なサービス開発、展開について講義する。不可避の少子高齢化と共にパンデミック認定されたコロナ禍により、現状のメインの収益源(利益源)である「都市交通(電車、バス、タクシー)」並びに「不動産分譲」は、長期低落傾向に拍車がかかる。したがって、利用客、沿線住民以外の顧客開拓が必須となる。このような視点から、マーケティングを考える重要性の理解を深める。 |
| コーチング論1 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、「コーチング」をスポーツ活動でコーチが担う仕事として広く捉え、スポーツの普及や強化という観点からコーチが果たす役割について講義する。受講生は、コーチのリーダーシップと組織(チームやクラブ)のマネジメントに焦点を当て、学業や就職活動といったスポーツ以外の場面でも役立ち得る考え方や理論を学ぶ。その過程で、スポーツ場面における事例を通して、指導する立場の人(コーチなど)の役割についての理解を深めると共に、スポーツ以外の場面でもリーダーシップを発揮し、組織の目標達成に貢献するための素養を修得する。 |
| コーチング論2 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、アスリートが成長する過程で生じる諸問題に着目し、それらを解決するために求められるコーチの役割について講義する。まず導入として競技力を向上させるためのチームマネジメントについて学び、次に、トップアスリートの育成・強化に関連する理論や考え方、現場での取組みについて学ぶ。後半は、データを活用したコーチングや北米で普及している競技者育成プログラムについて理解を深める。最終的には、受講生自身が指導者になったと想定し、実践的な育成計画を作成する。 |
| 国際金融論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、国際金融の基礎を総合的に理解するための講義を行う。私たちが日々暮らしている生活には、外国との関わりの深いものが多数あり、それらにはそれぞれの国のお金(通貨)が関わっている。グローバル化が急速に進展する現代、ヒト・モノ・カネの移動はこれまで以上にその速度を加速させている。そこで、本講義では、国際金融に関する基礎的な概念とそれを支える理論的な枠組み(カネが国際的にどのような仕組みで動いているのか)を学ぶ。国際金融を学ぶことで、世界で起こっている経済ニュースを理解し、社会人としての基礎力を向上させる。 |
| 国際産業論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、産業の国際的変遷を「産業別」、「国別」といった異なった次元で多角的に講義する。自国の産業は他国へ影響を与え、他国の産業は自国へ影響を与える。また企業ベースでみた場合の産業と国ベースでみた場合の産業は、それぞれ異なった特性を示す。こうした複雑な現代の問題を考えるために、まず理論について学び、次に、繊維、鉄鋼、造船、自動車、家電など我が国のリード産業の変遷の様相を考察する。最後に応用として、4つのトピック(総合商社、国際ネットワーク、ボーングローバル、プラットフォーム)を扱う。 |
| 国際投資論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、国際投資という資本の国境を越えた移動である証券投資と直接投資をふまえ、まず証券投資と直接投資の目的の違いとそれぞれの資本移動の特徴について講義する。その上で、直接投資の中心的担い手である多国籍企業の活動の歴史的変化について、企業は「なぜ、いつ、どこへ、どのように」海外展開するのかを理論的、実証的に明らかにしていく。特に近年のICTの進展とグローバルなネットワーク化のもとで急速に台頭しているデジタル多国籍企業の特徴と、その世界経済に与える影響について学ぶ。 |
| 国際ビジネス入門 | 本科目は、講義科目である。<br><br>本科目では、国際ビジネスの入門科目として、本科目に連動する諸科目へつなげるため、4名の専任教員によるオムニバス形式の講義を行う。(1)先ず、国内ビジネスと国際ビジネスはどう違うのかを学び、国内経済が世界とリンクしていること(グローバルサプライチェーン等)を理解する。次いで(2)産業革命以降の国際ビジネスの歴史、(3)「自国中心」、「現地重視」、「グローバル統合」といった企業のモノの見方変化と組織の進化、及び戦略の変化について理解を深める。さらに(4)各国ビジネス事情や時々のトピックを扱うことで、時事問題への理解力を修得する。。<br>(オムニバス方式/全15回)<br>(29 伊田　昌弘／3回)概論、歴史、グローバルの限界<br>(19 李　兌賢／4回)国際ビジネスの組織・戦略・人材について<br>(9 洪　詩鴻／4回)中国・アジアビジネスについて<br>(2 井上 博　／4回)北米・欧州ビジネスについて |
| 国際ビジネス論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、国際的な規模で事業活動を行っている企業について、どのように国際ビジネスを展開しているのかについて講義する。講義では、事例研究を中心に国際ビジネスについての理解を深めていく。最初に、地球規模で統一的に展開するグローバル型と現地に即した展開をするマルチドメスティック型の国際ビジネスにおける2つの違いを理解し、続いてトランスナショナルやメタナショナルといった応用形態を学ぶ。受講生は、21世紀の「国際化」を理解する上で必須となる基礎知識を修得する。 |
| 国際貿易論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、国際貿易の理論と国民経済活動との関わりについて学ぶ。なぜ貿易が生じるのか、貿易を行う利益は何か、その発生するメカニズムを説明するための古典派比較生産費説と要素賦存理論をはじめとして、現代の企業内貿易を解明するための収益逓増の新貿易理論を学ぶ。また、経済発展と貿易の拡大に伴う理論の進化と、それぞれの特徴を理解すると共に、今日の商品貿易・サービス・資本取引のグローバル的な展開の実態を踏まえ、貿易利益を分配する上での対立、国際分業のパターンの違い、グローバルサプライチェーンの構築などの諸問題とそれにかかわるFTA(自由貿易協定)、EPAや貿易摩擦などの貿易政策について修得する。 |
| 国際マーケティング | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、多国籍企業におけるマーケティング活動について、国内企業のそれとどう異なるのかについて講義する。講義前半では、国際マーケティングの基本理論と諸機能を学ぶと共に、グローバル時代が到来しても世界が直ちに一つになるわけではなく、経済・文化等の各国間のあつれきはむしろ大きくなるという近年の現象を把握する。講義後半では、多国籍企業における異質性(異文化)を考慮したマーケティング活動・意思決定プロセスについて理解を深める。 |

| 授業科目の名称 | 講義等の内容 |
|---|---|
| コンテンツビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、コンテンツビジネス(出版・音楽・映画・ゲームなどの著作物の制作および流通に関するビジネス)の概要と、ビジネスの課題等の事例について講義する。受講生は、先ずコンテンツビジネスおよび著作権の概要を学び、続いて、コンテンツビジネスの中でも、出版、音楽、映画、ゲーム、配信を中心にその概要と事例について学ぶ。それぞれのコンテンツビジネスのビジネスモデルの特徴、コンテンツビジネスの現状と課題、ビジネス環境の変化と今後の展望等について理解を深める。 |
| サービスビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、理論と事例の両側面から、サービスビジネスに関する専門的知識を修得するための講義を行う。現代はサービス経済化した社会といわれている。日本では、GDPの約7割をサービス産業に依存し、サービス産業の就業者数が全勤労者の7割近くを占め、家計消費に占めるサービス比率が5割に達している。しかしながら、日本のサービス産業では、生産性の低さやグローバル展開の遅れが課題となっており、サービス・マネジメントやサービス・マーケティングに精通した人材が求められていることへの理解を深める。 |
| サービスマーケティング論 | 本科目は、講義科目である。サービスの経済化が進んだ今日、人々は日々数多くのサービスを経験している。特にIT産業の発展に伴う新たな技術やサービスが登場し、これまでにないすべての製品やサービスが携帯電話やスマートフォンから購入できるしくみが出来上がっている。まさしくサービスマーケティングの世界の登場である。本講義ではサービスの本質である無形性・不可分性・非均一性・非貯蔵性といった特長を押さえつつ、従来の4つのPに加え、Personal（人員）/Process（販売プロセス）/Physical evidence（物的証拠）からなるサービスの3つのPを学ぶことで、より深いマーケティングの世界を探究することになる。 |
| 財務会計論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、財務会計の基本的な仕組み、そして財務諸表の作成と分析について講義する。財務会計の基本的な考え方、財務会計の基礎概念、企業内容の外部への開示、監査制度、国際会計といった会計の体系を理解し、財務諸表分析を通じて、企業の収益性、安全性、生産性の分析を行う。加えて、近年の我が国企業における粉飾などの会計不正、会計基準の国際化といった財務会計の時事的なテーマについての理解も深める。 |
| 産学連携プロジェクトa | 本科目では、企業と協力して実施する参加型の産学連携プロジェクトを通して、実社会で通用する「社会人基礎力」を早期の段階で修得する。そのために、まず社会人基礎力のテストを受講し、重要なリテラシーやコンピテンシーについて学びながら、親和力、協働力、統率力、課題発見力、計画立案力、実践力について考えていく。その後、社会人基礎力セミナーに向けたグループワークを行い、社会人基礎力セミナーの開催とその振り返りを行う。 |
| 産学連携プロジェクトb | 本科目では、企業と協力して実施する参加型の産学連携プロジェクトを通して、実社会で通用する「社会人基礎力」を早期の段階で修得する。この授業では、情報収集力、情報分析力、課題発見力、構想力などに加えて、対人基礎力、対自己基礎力、対課題基礎力、さらには、感情抑制力、自信創出力、行動持続力などの発展的な能力について学ぶ。その後、社会人基礎力セミナーに向けたグループワークを行い、社会人基礎力セミナーの開催とその振り返りを行う。 |
| 事業承継論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、中小規模の企業や店舗の事業を承継し、何世代にもわたって安定的な経営を続けるための実践的な知識とスキルの修得を目指す。日本には世界に例を見ないほど老舗の中小企業や店舗が数多く存在している。そういった企業や店舗の多くは同族経営である。具体的には、事業承継者およびその予定者による講義を受け、それを受けて受講生はグループで解決策を立案し、発表会を実施する。その際、事業承継の実態を把握するとともに、課題を抽出し、解決策を立案して、最終発表会を実施する。 |
| 商業簿記 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、株式会社で実践される簿記の導入部分を講義する。受講生には、会計という経済を数値面で支える重要な道具立てに関する理解を深める。株式会社の運営に課される法的な制約条件は、個人商店の場合よりも格段に高度化・複雑化する。このような問題意識をもとに、本講義では株式会社の複式簿記を扱う日商簿記検定2級の商業簿記部分の内容を中心に説明していく。これによって株式会社で利用されている複式簿記の仕組み理解する。 |
| 商空間計画論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、商空間デザイナーの仕事について詳細を把握した上で、商空間計画の内容を中心に、商空間計画に関係する企画、計画、設計、施工、運営の各プロセスについて講義する。店舗等の様々な商空間は我々の日常生活と密接に関わっている。それらをデザインする商空間デザイナーには、消費者が日常利用している商空間を総合的に計画するだけでなく、運営管理や周辺のまちづくりまでも視野に入れた計画が求められていることについて、具体的事例を通して学ぶ。 |
| 商品開発論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、商品開発論は製品開発論・イノベーション論等の知見を背景としながら、企業（流通企業を含む）活動の中核を成す価値創造活動に焦点を当て、開発・管理の2つのフェーズに分けてその課題解決について講義する。実際の商品企画・開発プロセスの1つ1つの工程ごとの課題について、受講生とともに体験しながら学び、顧客価値・環境分析・競合分析を経て、具体的なマーケティングプランニングを実践的に学修する。また、近年のエフェクチュエーションの議論やビジネスモデル構築などの応用課題についても本講義で触れる。 |
| 情報産業論 | 本科目は講義科目である。<br>本科目では、情報が産業をどのように変化させたかを概観するとともに、ICTに関する最新技術の内実を平易に解説することで、情報産業の今後を見通すためのツールについて講義する。コンピュータが出現してから現在に至るまで、時代はさまざまに変遷を遂げてきた。コンピュータ産業をはじめとする情報産業は、非常に短いサイクルで環境が激変していく。現在の社会では、ICTを駆使するだけでなく、ICTが産業をどのようなかたちに発展させていくのかについて、将来を展望するスキルを修得する。 |
| 職業指導1 | 本科目では、学生から社会人における様々なキャリア上の転機に対応できるような職業指導（進路指導）のための諸理論および方法について講義する。受講生は、職業指導（進路指導）に求められるキャリア理論・カウンセリング理論とその方法について理解し、自他の今後のキャリアに応用することと、職業指導・進路指導に必要な基礎的なキャリア支援技法を修得し、他者に対する支援的な態度と言動を取れるようにする。本授業では、職業指導（進路指導）およびキャリアカウンセリングの諸理論・技法について実践場面を想定したテーマをもとにグループワークやディスカッション、ロールプレイを行い、体験的に職業指導の実践力を修得する。 |
| 職業指導2 | 本科目では、「職業指導1」での成果をふまえ、修得した知識や生徒理解への手法を、実践的に活用するためのスキルを学ぶ講義を行う。その上で、教職関連科目であることを考慮して、進路先決定の指導と援助、中学校や高等学校学校における進路指導の実際、進路指導の運営・管理などについてプレゼンテーション毎回プレゼンテーションを実施する。プレゼンテーションの具体的テーマとしては、「進路先決定の指導と援助」、「学校進路指導の実際　中学校における進路指導」、「高等学校における進路指導」、「進路指導の運営・管理」などとなる。 |
| 新興国ビジネス論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、新興国ビジネスの多様な側面について、具体的な企業事例を扱いながら、現代の新しい現象について講義する。新興国ビジネスでは、<br>①先進国企業からの投資<br>②新興国の自生的な発展<br>③新興国からの投資<br>など、大きく分けて3つの側面がある。特に①についてはBOPビジネスとして世界的に注目されてきた分野であり、リバース・イノベーションなども国際的に注目されている。②については、21世紀に入り成長のスピードが先進国を超える諸国もある。③については特に中国・インドの台頭がめざましい。これら3点の側面から、新興国におけるビジネスを学ぶ。 |
| 人的資源管理論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、人的資源管理に関わる基礎理論をベースに、実際に経営現場で活用されてきた様々な人事制度を取り上げ、その背景や運用上のポイントや、企業競争力の源泉として人的資源を活用していく方法について講義する。受講生は、製造業を中心とした日本の企業組織の特色を紹介し、その上で現代の人的資源管理について学ぶ。併せて、海外の事例を紹介し、人的資源管理とは何か、またはそれに影響を与える企業社会とは何かについて学ぶ。企業組織は人々によって構成されていることから、人的な経営資源およびその管理についての考え方を修得する。 |
| ストアオペレーション | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、小売業態の特性の差異を通して、ストアオペレーションについて講義する。受講生は、実店舗を運営する各種小売事業者が、店舗運営サイクルを通じて実施する経営管理活動や、リテールマーケティングの一分野について学ぶ。特に、店長や販売組織成員の視点から「人」「商品」「ファシリティ（施設）」の3分野の管理について学ぶことで、それぞれ要員配置・仕入販売計画、VMD・店舗レイアウト、エネルギー・クレンリネス等（ビル管理）の各論の要諦を明らかにする。また、低コスト経営やタウンマネジメント等の発展課題についても理解を深める。 |

| 授業科目の名称 | 講義等の内容 |
|---|---|
| スポーツ組織論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、スポーツの現場で活躍するプロフェショナルを招聘し、生の声を聴くことでスポーツ組織のあり方や発展の展望について見識を深めるための講義を行う。具体的には、バスケットボールやサッカーなどのプロスポーツビジネスに関わっている方や、スポーツデータ分析会社の分析担当、スポーツ会計士、トップアスリートのエージェントなど、多様なフィールドで働いている講師を招聘し、スポーツ組織の理解を深める。<br>学修した内容や、そこで興味を持って自ら行動した経験などを自分自身の職業選択に役立てるとともに、様々な場面で意思決定するための力を修得する。 |
| スポーツと社会 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、スポーツが社会とどのような関わりを持って発展してきたのか、これからどのように発展していくと考えられるかについて講義する。<br>受講生は、スポーツが社会に大きな変化をもたらすことと、社会情勢がスポーツに与える影響の相互の関係性について学ぶ。併せて、スポーツを取り巻く社会環境の複雑性と、そこでの問題点について把握する。これら、スポーツと社会の関係性について理解し、肯定的にも否定的にも「批評」できるスキルの修得をする。 |
| スポーツビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、多岐にわたるスポーツとビジネスのかかわりについて、「スポーツビジネス」とは何か、どのような企業（組織）がどのような形でスポーツと関わっているのかについて講義する。受講生は、スポーツ用品産業やスポーツイベントに関連したビジネス、スポーツ施設の建設及び経営等について学ぶ共に、理解を深める。その上で、特に日本のサッカーと野球を題材として、スポーツビジネスに関する総合的な分析を講義する。 |
| スポーツビジネスキャリア | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、講義前半は日本におけるプロサッカーリーグに焦点を当て、各分野の担当者を招聘し、プロスポーツクラブの組織、具体的な業務内容、現在の課題や今後の発展などについて講義を行う。講義後半はクラブやリーグを外側から支えるスポーツ業界の専門家を招聘し、実際に実施されている生のスポーツビジネスの現場についての見識を深める。講義で基本的なスポーツビジネスの基礎を学ぶことに加えて、実際に現場で業務に携わる講師から、現在のリーグやクラブ、スポーツ業界が持つ問題や課題を聞き、その改善方法について学ぶ。 |
| スポーツマネジメント入門 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、スポーツマネジメント研究領域が成立した社会的背景とその概念、マネジメントの基礎理論とその対象となるスポーツ組織の特性を事例を通して講義する。具体的には、プロスポーツのチームやクラブ、リーグの仕組みやスポーツ統括団体、五輪などのメガスポーツイベントを対象とする。また、卒業後の進路のイメージを膨らませるために、スポーツ産業やスポーツに関連する職業について学ぶ過程で、今後のスポーツマネジメント専門科目履修のための基礎を修得する。 |
| 税法 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、税及び税法に関する基礎的な知識について講義する。税は国や地方の財政基盤として経済社会の礎であり、税の仕組みや各税法の概要について学ぶことは社会人として必要不可欠である。まず、税や税制の基礎知識と税法の基本的な考え方について学ぶ。これらを踏まえて、私たちの生活に身近な税である所得税と会社などの法人の所得に課税される法人税の概要について学ぶ。次に、私たちの誰もが知っておくべき相続税及び贈与税の概要について学ぶ。最後に、個人・法人すべての経済取引に関わる消費税の概要について修得する。 |
| 専門演習1 | 本科目は、演習科目である。<br>「基礎演習1・2」に引き続き、経営学部6コースの中から決定したクラスにおいて関心のある専門テーマを発見し、それについて深く掘り下げて研究する。併せて以下に掲げる能力を体得する。<br>①演習内のプレゼンテーションを通してその能力やスキルを身につける。<br>②演習内のディスカッションを通して思考の柔軟性を高め、仲間の発言に対する傾聴力を養う。<br>③演習内で多様な価値観を知ることを通して、想像力を高めそれを互いに尊重し共生する能力を養成する。<br>④演習内では自分の意見を述べ、自分の考えを論理的な文章としてまとめる創造力を高める。 |
| 専門演習2 | 本科目は演習科目である。<br>本科目では、「専門演習1」で学んだことをさらに発展させて、専門分野の研究の必要な発展・応用の知識を修得すると同時に、受講生自身が主体的に関心のある専門分野のテーマを発見し、それについて深く掘り下げて研究する。また、ディスカッションを通じて、自身の意見を理路整然と説明し, 他者の意見の意図を的確につかみ, それをまとめるコミュニケーション能力を育成し、論理的な文章を組み立てられる論理的思考とその文章作成能力を身に着ける。 |
| 専門演習3 | 本科目は、演習科目である。<br>本科目では、「専門演習1・2」に引き続き、専門演習の担当教員が同一クラスの担当となる。学生自身が主体的に関心のある専門性のあるテーマを選び、卒業論文の作成準備をする。具体的には、テーマの絞り込みを行い、着想に至った経緯を論理的に説明し、先行研究の文献調査とそのサーベイ、フィールドワークやアンケート調査を含む研究方法の提示、卒業論文の章・節の構成などを示すことで、深く掘り下げて検討していく。 |
| 専門演習4 | 本科目は、演習科目である。<br>本科目では、「専門演習1・2・3」に引き続き、専門演習の担当教員が同一クラスの担当となる。学生は、「専門演習3」で決定した卒業論文のテーマに沿って、データの収集・整理・分析・結果の反復、必要なネット調査や文献の読み込み等により、章構成に沿った執筆を行う。教員は、学生それぞれのテーマに応じたきめ細かな論文作成指導を行う。その際、データ出所や引用の場合の出典の明示、注の書き方、参考文献など研究倫理教育も行う。 |
| 総合講座（デジタル・エコノミー） | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、2020年代におけるデジタルエコノミーの速い進化と広がる展開をふまえ、特にインターネットが世界の企業経営、経済、社会、文化、生活の全面に渡ってどのような影響を与えるのか、その特徴や今後の社会の予測を考える。具体的には、電子マネーの攻撃、戦略的ソーシャルメディア・マーケティング論、インターネットと人工知能、インターネットとホテル・ビジネス、インターネットとセキュリティー、インターネットと社会におけるマーケティングと消費者等の視点からデジタルエコノミーについての理解を深める。 |
| 多国籍企業論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、企業が国境を超えてモノやサービスを生産し、国境を超えてビジネスを展開することが当たり前の時代になっている現状をふまえ、国際的に事業を展開している多国籍企業に焦点を当て、企業の海外進出、企業活動の国際化が起こるメカニズムと、その背景について考察していく。また、多国籍企業の発展過程を、理論と現実の観点から学ぶことで、国際化及び現地化という企業行動を具体的に理解する力を養うことを目的とする。 |
| 多変量解析 | 本科目では、社会の現場で頻繁に活用される多変量解析の中でも、最も汎用性の高い重回帰分析を中心に講義する。Excel、必要に応じてRなどの統計ソフトを用い、データを使って実践的に多変量解析の概念と使用方法を理解する。始めに微分、線形代数、統計の基礎概念を復習してから、公開されているデータ等を使用して単回帰分析、重回帰分析、その発展版であるロジスティック回帰分析などを学ぶ。アンケートデータの解析で用いられる因子分析・主成分分析等も学ぶ。統計モデルを評価するための情報量基準などについても修得する。 |
| 地域スポーツクラブ論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、地域スポーツクラブの設立経緯をスポーツの歴史的背景から学び、その具体的なマネジメントについて様々な事例について講義する。近年、人々の生活の変化によって国や地方自治体によるスポーツ政策が変化し、スポーツは学校や企業で実施する時代から地域で行われるようになりつつある。地域スポーツは個人や地域の活力を生み出し、その受け皿となる地域スポーツクラブは人々が健康で、豊かな地域社会を作ることを目指している。このような社会の中で、授業を通して、学生が地域スポーツのマネジメントに関わる際に求められる知識やスキルを修得する。 |
| 中国・アジアビジネス論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、下記に掲げる当該地域の近代国民国家の成立過程と現代の経済発展やビジネス環境の特質との関係を紹介し、成長変化のメカニズムについて講義する。併せて日系企業の当該地域への進出状況と問題点を分析し、これからの経営戦略について理解を深める。中国・アジア経済の成長にともない、日本企業をはじめ、アジアを「製造基地から市場へ」とみなして投資拡大してきた。また、2022年からアセアンと日中韓を含めた自由貿易を推進するRCEPをスタートし、経済的な結びつきがますます強くなる。この地域は政治・社会制度、文化・宗教も多様性に富んでいるため、ここのビジネス環境や経済社会と企業経営の特質について理解する。 |

| 授業科目の名称 | 講義等の内容 |
|---|---|
| 中小企業家同友会寄付講座 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、大阪府中小企業家同友会の会員企業の代表者を招聘し、経営の実践に関する講義を行う。受講生は、中小企業がこれまでの日本経済を支え、将来においても重要な役割を果たすであろうことを理解する。授業では、中小企業の実態を多様な側面から把握する。また、講義中に質疑応答できる時間を準備し、インタラクティブな講義によって中小企業への理解を深めていく。このような取り組みを通じて、大企業に比べて情報量の少ない中小企業の実態を詳しく知り、中小企業の役割と可能性を学ぶ。 |
| 中小企業論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、日本に存在する事業所数のうち99%を占める中小企業について学ぶ。中小企業は日本各地に存在し、雇用を創出している。また、地域経済に対する売上や納税などを通じて、地域経済循環を発生させている。この中小企業の実態を理解する過程で、日本の経済を支える主体が何なのか、その特性は何か、そうした組織で働くこととはどういうことかを理解していく。これらを通じ、中小企業とはどういう存在かについて認識を深めること、地域貢献を行う多様な方法論や企業の実態を把握すること、卒業後に活躍するための感覚と素養を身に着けることがこの授業の目的である。 |
| テキストマイニング | 本科目では、テキストデータ(有価証券書、新聞、先行研究論文、WEB記事、SNS上でのつぶやき等)の分析について講義する。受講生は、市場や企業の動向を知る上で重要となってきているこれらのデータ分析の方法を修得する。PCの性能向上やソフトの画期的な発達によって、複雑なプログラミングや煩雑な手続きを経なくても、直観的・視覚的に学べるようになった現状を把握することで、SPSS等の最新ソフトを用いて、企業や業界のトレンドを知り、マッピングについて学ぶ。 |
| デジタルコミュニケーション | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、デジタルコミュニケーション技術が進展している現代において、経営もまた大きく変化していることについて講義する。情報伝達技術は「ヒトとヒト」だけでなく、「ヒトとモノ」、「モノとモノ」をも結ぶ技術になっている。受講生は、利用できる情報通信サービスを概観し、デジタルコミュニケーションの実態をケースを交えて理解する。また、情報ネットワークを活用した文字、音声、画像、映像からなる技術変化が、企業組織や個人にとってどのように今日のDX化をもたらすのか、さらにSocietv5.0の時代展望を把握する。 |
| ビジネスデータ分析1 | 本科目では、経営学についての知見を広め、データを入手・加工・分析する能力を養成することを目的とする。初回は、作表・作図の基本事項の確認のためにあてる。2・3回目は、ネットからデータをダウンロードし、それを整理整頓してから計算・グラフ化して検討するという、最も重要な技能・教養養成の時間である。4回目以降は、データ(企業の財務データなど)を対象に各種の加工処理をする。そして作成したグラフおよび有名企業のウェブサイトなどを参照しながら簡単なレポートを作成する能力を養成する。 |
| ビジネスデータ分析2 | 本科目では、企業・産業の各種データを扱いながら、ビジネスの現場での報告書をまとめる上での役立つ知識と技能を学ぶ。安全性と収益性の分析、プロダクト・ポートフォリオ、損益分岐点分析、ROAの要因分解と総資産、相関と相関係数など、経営にかかわるデータ(企業の財務データなど)を対象にして、各種の加工処理をする。そして、作成したグラフおよび有名企業のウェブサイトなどを参照しながら、簡単なレポートを作成する能力を養成する。自らデータを処理して簡単なレポートを書くことにより、いっそう理解を深める。 |
| ファッションとIT | 本科目は講義科目である。<br>本科目では、ITとファッションの第一線で活躍する人材から各業界の実情を聞きながら、ITとファッションが時代の変遷とともにどのように変貌してきたかについて講義する。ITとファッションには、観点を変えるだけで類似性を見出せる。それらはともに、鋭く時代のモードを反映しながら進化しつづけている。ITはビジネスに必須のツールであるが、外観を彩るファッションも同様に、社会人としての信頼性を勝ち取るための不可欠の要素となる。両者を有効に活用することで、ビジネスチャンスが生まれることを理解する。 |
| ファッションビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、ファッションビジネスの仕組みの歴史と現在について基礎的な知識を修得できる講義を行う。同時に、本講義は、様々な事例の紹介を通じて、ファッションビジネスの世界を多角的で柔軟な視点からの学びを積み上げていく。「服」や「流行」がどのような仕組みに基づいて生み出されているのかを把握すると共に、現在のファッションビジネスが直面している問題や課題を学ぶ。併せて、現在のようなファッションビジネスの仕組みができあがるまでの歴史についても修得する。 |
| ファッションビジネス実践 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、講義テーマを「ファッションのリアルビジネスを知る」とする。到達目標はグローバル化したファッションビジネスの世界におけるファッションマーケティングやブランディング戦略、最新情報を学び理解することである。併せて、講義ではファッションビジネスの第一線の経営者および実務執行者の話を聞くことで、ファッション業界の将来を考察する機会とする。本講義を通して、受講生のキャリアアップに結びつけるために、ファッション業界の最新状況を具体的な事例に対して、講義内では受講生との質疑応答の時間をとり、双方向のディスカッションを行い、ファッション業界における将来的な課題抽出と解決方法を修得する。 |
| ファッションマーケティング | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、様々な事例の紹介とともに、ファッションマーケティングの基礎的な理論と知識を修得することを目的とする。初めてファッションマーケティングを学ぶ学生を対象として、ファッションビジネスの世界で「売るための仕組みづくり」がどのようにして行われているかを学んでいく。前半では、ファッションマーケティングの基礎的な理論を学び、後半では、具体的な事例の紹介を通じてさらなる理解を深める。 |
| ファッションマネジメント戦略 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、ファッション企業の多様なマネジメントの本質に焦点を当て、身近な人気ブランドの事例をとおして、その特徴的な差別化された経営戦略と、顧客志向マネジメントの重要性について講義する。ファッションは、これまでさまざまなトレンド(流行)を生み出し、消費社会において中核をなすとともに、カルチャー(文化)もリードしてきた。近年では、ファッションの定義がライフスタイルといえる、衣・食・住の領域まで拡張し、もっとも生活に密着した学びを通して、ファッションマネジメント戦略を修得する。 |
| フードビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、フードビジネスに関する基礎的な専門知識を修得するとともに、課題の発見および解決能力を養成する講義を行う。日本では、女性の社会進出、単身世帯の増加、高齢化の進行、生活スタイルの多様化等を背景に、家庭内で行われていた調理や食事を家庭外に依存する状況、すなわち「食の外部化」が進展してきた。それに伴ってフードビジネス(外食・中食)市場は成長を続け、今日では日本の一大産業となっている。フードビジネスは参入障壁が低く、市場への新規参入が容易であるが、競争が激しいという特徴がある。さらに、近年では人口減少による需要の縮小、フードビジネスの過当競争、消費者ニーズの多様化・高度化、人手不足といった課題が顕在化し、フードビジネスにおいてもマーケティングやマネジメントといった視点が不可欠なものとなっている。これらを学び、理解を深める。 |
| ブライダル実務 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、ブライダルの現状を理解した上で、ブライダルに関わる現場の基本的な仕組みを理解し、ウェディングプランナーとしての基本的な知識と仕事内容について講義する。ブライダルにおける衣装や装花などの基礎知識をはじめ、それぞれの現場に携わるスタッフの役割を理解すると共に、ウェディングプランナーとしての役割について考える。挙式や披露宴の種類や内容について理解した上で、コーディネート、プランニングの実習を行う。また知識だけでなく、ブライダルをビジネスとして扱うことの意味を考えウェディングプランナーとしてのコミュニケーション能力やホスピタリティも修得する。 |
| ブライダルビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、ブライダルビジネスの基本的な仕組みを理解することを目的とする。ビジネスとして成立するブライダルビジネスの全貌について以下の3点から講義を行う。<br>①ブライダルの産業としての動向・仕組みを理解する。<br>②ブライダルにおける進行、慣習、演出、スケジュールなど基本的な知識を修得し、ブライダル業界の現状を学ぶ。<br>③顧客への提案方法などを実習を交えて学修し、総合的にブライダルを理解する。<br>上記の3点から、ブライダルに関する基本となる知識を広く修得すると共に、その仕組みを理解し、実務能力の基礎を養成する。 |
| ブライダルマネジメント | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、ブライダル産業の環境やその変化をデータより分析し、今までの歴史、結婚式・披露宴のその変遷と特徴、顧客のニーズと動向について講義する。受講生は、ブライダルにおける価格相場を知り、産業としてのマーケットを理解する。それぞれの結婚式スタイルごとの特徴を学び、その利点と今後について理解する。ブライダルの商品やサービスを分析し、新たな顧客ニーズを踏まえて今後のブライダル産業についての考察力を修得する。 |

| 授業科目の名称 | 講義等の内容 |
| --- | --- |
| ブランドビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、ブランドを有する企業の事例を学び、ブランドビジネスの本質を講義する。ブランドはそれぞれの歴史・文化や風土・創業者の大きなビジョンとパッション・消費者のロイヤリティ・独自の経営方針などが色濃く反映され、ビジネスとして成立している。その際に重要なことは、さまざまな状況の下でのブランド価値の捉え方・考え方である。日本は、世界で最も消費者の目が厳しく、そのため品質管理も厳格さが非常に高レベルで要求されている。こうした背景について理解を深める。 |
| ブランドマーケティング | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、消費者が何かを買おうとした時、ふと頭に具体的な商品群（商品名、会社名、品質等）を思い浮かべることが多いというブランド・マーケティングの視点から、主としてラグジュアリー・ブランド企業や、ファッション・ブランドの事例を交えて講義する。優れたブランドとは、この思い浮かべられる商品群といえる。企業は、この優れた商品群に入るためにさまざまな「ブランド価値創造」へのアプローチを多くの経営資源を投入して日々行っていることについて理解を深める。 |
| プレゼミ1 | 本科目は、演習科目である。<br>本科目では、少人数による大学入学後の初年次教育として、学生と教員のコミュニケーション、及び学生間の仲間作りを構築しながら、経営学の素養を身につけるために、各クラスのテーマに即した課題探求型の形式で授業を進めていく。各クラスのテーマは、フィールドワークや文献研究などの方法で調査し、その内容を資料としてまとめる。資料作成に必要となる基本的な文章の読み方・書き方等の基礎学力を育成する。更に、その成果を報告会で発表することにより、自らの力で答えを見つけ出す能力を育成する。 |
| プレゼミ2 | 本科目は、演習科目である。<br>本科目では、「プレゼミ1」に続き、経営学部で学ぶことの楽しさと意義を理解してもらう。担当教員は引き続き同一クラスを担当する。経営学部での学修を始めるにあたっては、企業がどのように経営されているかを知るための糸口が必要となる。この科目はその道案内として位置づけられ、課題探求型の授業を通じて、必要に応じて文献紹介や輪読の運営、分析ツールの修得を行う。これにより、社会問題の分析力、主体性をもって協働する力の基礎を身に付けることができる。 |
| プロスポーツビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、世界と日本のスポーツ組織の構造の違いや、スポーツビジネスの現場で実際に起こっている具体的な取り組みについて講義する。具体的には、アメリカの4大リーグとメジャーリーグサッカーや欧米のサッカーリーグとクラブなどで行われている実際のビジネスについて理解を深める。このような事例を使って、それぞれ決められたスポーツマネジメントの事象について分析できるスキルを修得する。この過程で、実際に現場で応用できるスポーツマネジメントの知識について学ぶ。 |
| ベンチャービジネス論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、ベンチャー企業の革新的行動に注目することによって、知見を深めていく。特に、めまぐるしい環境変化によって、大企業や長い伝統を持つ企業が危機的状況に陥る中で、同じ環境の変化をビジネスチャンスととらえ、成長・発展を遂げているベンチャー企業の本質を探究する。授業では、ベンチャー企業に関する基礎的な知識、大学発ベンチャーの意義、産学連携のあり方などを中心として講義を進める。また、ケース・スタディを取り入れるとともに、受講生にも実際にビジネスプランの作成を課し、実践力の養成を試みる。 |
| 貿易英語 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、貿易における専門用語について講義する。貿易システムを英語で学び、貿易に関する基本的な英語コミュニケーションを学ぶ。一般特恵関税制度（GSP, Generalized System of Preference）、商業送り状（Commercial Invoice）、通貨変動割増料率（CAF, Currency Adjustment Factor, YAS, en Application Surcharge）等の意味や内容を理解することで国際ビジネスにおける現場感覚を修得する。 |
| 貿易実務 | 本科目では、なぜ貿易が必要なのかという基本理解から、貿易取引のパターン、契約、モノ・カネ・情報の流れ、ロジスティクス、サプライチェーン、関税、コンプライアンスの基本的知識について講義する。これらについて、課題や講義中の演習・ディスカッションを通して修得し、貿易実務の基礎概要を理解できるようにする。さらに、失敗事例や成功事例などのケース・スタディを行うことで、個人や組織の役割、国ごとの貿易政策などについても理解を深める。 |
| ホスピタリティマネジメント | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、理論と事例の両側面から、ホスピタリティマネジメントに関する専門的知識を修得するための講義を行う。日本ではホスピタリティという概念に「おもてなし」「思いやり」「サービス」というイメージが定着している。しかし、日本人はきめ細かいホスピタリティ精神を持っているにもかかわらず、海外には日本初のホスピタリティが通用しないという状況に陥っている。今後、日本のホスピタリティの発展には、直感的な「おもてなし」ではなく、科学的な「ホスピタリティ」が不可欠である。これらを学び、修得する。 |
| ホテルビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、日本社会が人口減少、国内産業の空洞化、地方衰退という閉塞状況にあって、観光が地域経済の活性化や雇用の創出等に非常に大きな役割を果たす事について講義する。受講生は、ホテル・旅館の、観光地における役割について学ぶと共に、その経営的側面における様々な問題について把握する。ホテル・旅館の持続的な発展、ひいては観光産業の振興にあたって、ホテル・旅館ビジネス関する基礎的な専門知識と、課題の発見および解決方法を学ぶ。 |
| マーケティング実践 | 本科目は、講義科目である。<br>実社会のビジネス現場においては様々な知識・技能が要求される。産業社会の成熟化や情報化社会の進展により、その内容は益々多岐にわたる。斯かる状況を踏まえ、本講義ではビジネスの世界へ踏み出すにあたり、必要となる知識・技能について多角的に学ぶ。消費者の心理、嗜好を的確に捉え、対応していくためには、より洗練されたマーケティング理論と実践をより深く学び、同時にケーススタディを通じてビジネス実践につなげる方法論を学ぶ。その際に、関連する学問領域として行動経済学や社会学、心理学といった学問の基礎を取り入れる。到達目標としては、多面的な学びから「アナロジカル思考」を身に着け、ビジネス実務に関する幅広い知識と経験を積み、それらを「自分自身の言葉」として表現できる能力を修得するところに置く。 |
| マーケティング入門 | 本科目は、講義科目である。マーケティング入門のテーマは「市場創造」である。企業は常日頃から消費者のニーズを探し当て，それを製品化・サービス化できるように日々努力を続けている。マーケティングとは，このような企業による市場創造活動であるといえる。本講義では，マーケティングの基礎について市場調査から製品化を経て，流通・販売へと消費者に至る流れを含むあらゆる活動について学ぶ。また，専門科目の学修への興味づけを図り，専門科目への導入とすることも大きな目的である。 |
| マーケティングリサーチ | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、マーケティングリサーチの本質を学ぶことを目的として、マーケターに必要な知識および技術を身につけるための講義を行う。最終的な到達目標は「自ら考え行動できる自律型人材」の育成にある。マーケティングリサーチを学ぶとは、不確実性を埋めるための理論を修得することでもある。それゆえ、マーケティングは市場対応に即した思考方法が求められる。したがって、マーケティングリサーチに関する知識や技術の修得のみならず、実践編としての従来型の基本的な市場調査方法、および統計処理並びに新しい消費者行動へのアプローチ手法を身に付け、自ら経験を通して、消費者行動論とは何かについての理解を深める。 |
| マーケティング論 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、マーケティングの基礎を体系立てて講義する。授業では、企業事例をビデオ教材などを用いて講義をすすめる。受講生は、マーケティングへの理解を深めながら、分析力・洞察力の向上を図る。具体的には、価値と機能、マーケティングマネジメントとは何か、STP、ポートフォリオ、製品戦略、価格戦略、販売プロモーション、流通戦略、サプライチェーンマネジメント、カスタマーリレーションシップマネジメント、マーケティングリサーチ、ブランド、社会的責任、事例研究（セブン・イレブン・コカ・コーラ・アマゾン）について講義する。 |
| マーチャンダイジング論 | 本科目は、講義科目である。　マーチャンダイジングは商品化計画（商品政策）として、適切な商品を適切な時期に適切な場所で適切な数量を適切な価格で消費者に提供するためのものである、特に、ファッションビジネスの世界では、VMD（ビジュアル・マーチャンダイジング）が消費者を惹きつける売場づくり、MDに則ったレイアウトやディスプレー案の提示について学ぶことになる。中でもVP（ビジュアル・プレゼンテーション）はその店舗におけるブランディングにも貢献することが期待できる技法である。 |
| マネジメントゲーム | 本科目では、財務諸表の作成方法と財務諸表の経営への利用方法を理解することを狙いとするものである。マネジメントゲームとは、受講生自身が企業の経営者になり、仮想市場において経営をゲーム形式で行うものである。ゲーム形式であるので自然と企業経営を理解することが可能となる。また、ゲーム終了後においては、自社の経営の結果を財務諸表にまとめ、自社経営の分析も行う。これらによって財務諸表の作成方法とその経営への利用方法を理解することが可能となる。 |

| 授業科目の名称 | 講義等の内容 |
|---|---|
| ライフスタイルビジネス | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、流通と消費の関係性に関する基礎理論と、わが国の流通活動における企業の様々な経営・マーケティング活動について講義する。これらについて学ぶことによって、今後のライフスタイルビジネスに関する幅広い知識を修得する。具体的には流通と消費の関連性について、消費者行動論、消費社会論の概要を中心に学ぶ。そのうえで、企業による流通経営の基礎を学修し、実際に流通機構を構成する企業がどのような活動を行い、それが我々が実際に日常的に目にする店舗管理、商品企画、マーケティングの現場に反映されているのかを学ぶ。 |
| リテールマーケティング１ | 本科目では、販売員として最も重要な接客マナーや販売技術といった接客業務に関する知識を学ぶ講義を行う。具体的には、企業のマーケティング戦略や店舗の運営、販売促進策などをテーマ毎に学修する。その際、意見やアイデアを順番に発言していく手法やチーム対抗型多人数討論のグループワークを採り入れる。その過程では、受講生自らが消費者としての購買活動やアルバイト経験を活用しながらグループメンバーの情報を受けとめ、討議、合意形成を進める。なお、日本商工会議所が認定する「販売士3級検定(リテールマーケティング検定)」程度の知識を修得する。 |
| リテールマーケティング２ | リテールマーケティングにおいてはマーケティングの基本理論や基本的知識に加え、店舗における販売・経営管理が重要となるため、これらの知識や技術を修得するための講義を行う。具体的には小売業のマーケティングの基本、顧客満足経営の基本、商圏の設定と出店の基本、リージョナルプロモーションの基本、顧客志向型売場づくりの基本に加え、講義の後半部分では小売業の計数管理、店舗管理の基本について学修する。小売業における係数管理については、期首商品棚卸高・仕入高・期末商品棚卸高・売上高・売上原価・売上総利益から構成される売買損益計算書からビジネスの意味を知ることになる。なお、リテールマーケティング1と同様に日本商工会議所が認定する「販売士3級検定(リテールマーケティング検定)」程度の知識を修得する。 |
| 流通システム論 | 本科目は、講義科目である。本講義では、流通を取り巻く経済環境とその中における流通業の役割や特徴を学んだ後、特徴的な流通企業の戦略ついて、複数の事例を通じて体系的に学んでいく。経済活動において、流通業の役割は決して小さいものではない。また、流通業においては多種多様なイノベーションが展開されている。本講義では、流通の全体像を把握したうえで、個別企業の戦略や諸課題について検討する。これらを通じて、学生諸君が体系的な流通理論を習得し、それらを用いて現代経済ひいては現代社会、そして現代の企業が抱える諸問題について分析できるようになることを到達目標とする。 |
| 流通政策 | 本科目は、講義科目である。<br>本科目では、日本の流通政策について、その歴史、施策の根拠、現状と問題点、今後の展望を包括的に学修する。とりわけ1970年代以降の大規模小売店舗法を基礎にした流通政策の功罪、およびその社会・経済的根拠と、2000年から施行されている大規模小売店舗立地法ならびにそれを核とする新しい流通政策の枠組みについて理解する。特に、「人口減少および高齢化社会の中での新しい街づくり」という新しい流通政策の内容を理解し自らを「流通を介してつながるコミュニティ・メンバー」とするために、現在大きく転換しつつある政策とその根拠法律を修得する。 |
| ロジスティクス論 | 本科目は、講義科目である。日本の流通の特徴として、従来は小売業の零細性・過剰性・生業性、そして卸売業の多段階性が指摘されてきた。しかし、90年代の不況以降、そのあり方は消費者からの品揃えおよび低価格に対する要求の強まり、そして大手小売業者間の激しい競争へと大きく変化しようとしている。本講義では、これら大きく変化しようとしている日本の流通について、モノの流れと中間流通すなわち卸売業者の役割の変化から明らかにしていくことを目的とする。 |