

経営学部 データ経営学科 カリキュラムマップ

ディプロマ・ポリシー(DP)	知識・技能
	思考力・判断力・表現力
	主体性・多様性・協働性

①建学の精神を実践し、社会が求める幅広い視野と教養を身につけ、社会やビジネスを取り巻く環境を理解し、自分事として捉える資質・能力を身につけている。

②経営学、マーケティングなど経営に関する基礎的・専門的知識や理論を理解し身につけている。

③経営に必要なデータを収集・分析・可視化する基礎的知識及び技能や能力を身につけている。

④新たなビジネスの価値創造に寄与するために、修得した知識・技能を基に論理的に思考し、ビジネス上の問題・課題を発見することで、経営戦略の構築や意思決定に役立てることができる能力を身につけている。

⑤適切かつ分かりやすく伝えることができるコミュニケーション能力とプレゼンテーション能力を身につけている。

⑥主体的に問題・課題解決に向け取り組むことができる態度、および多様な人々と協働することができる能力を身につけている。

区分	科目名	単位数		配当年次	科目ナンバリング	科目概要	カリキュラムマップ							
		必修	選択				①	②	③	④	⑤	⑥	AL	
基礎科目	ビジネス価値創造概論	2		1	BT1101	本学部学科の教育目標・カリキュラムポリシーに対応した独自のカリキュラム構成を理解することを本科目の目的とする。データを経営に活用し、戦略をたてたり新たな価値を創造する力が求められる今、学生一人ひとりが卒業後の進路や希望する業種・業界への就職を念頭に系統的な学習を進めるために、どのような履修科目を選択すべきかを判断するリレー講義である。主要科目を担当する専任教員がそれぞれの専門関連科目について教授し先案内人となる講義を進める。	◎	◎	◎	◎	○	○		
	経営学概論	2		1	BT1102	本科目は、はじめて経営学を学ぶことを念頭に、基本的な概念や通説を体系的に学べる内容としている。特に、経営の重要な分野・テーマ(企業、経営管理思想、経営戦略、経営組織、企業文化、生産管理、経営史、経営管理、経営基本機能、経営環境など)について基本的な理論を学習し、経営学の全体像を掴み、経営各論に進むための基礎づくりを目標としている。その中でも、企業の経営に関する仕組みや戦略などを理論的に学ぶことで、ビジネス社会で活躍する人材として、問題発見能力と課題解決能力の育成を目指すとともに、「知識・理解」として経営学の諸問題を科学的に理解し説明できるための基礎力も学ぶ。経営学の理論を「実践の理論」として受講生が捉えられる内容として講義を進める。	◎	◎	◎	◎		○		
	データ経営入門	2		1	BT1103	本科目では、データを経営の重要な要素として活用するための基礎的な知識を学ぶ。データの価値、データ戦略の策定方法、データの収集、データ分析の手法、データプライバシーと倫理などについて学ぶ。この科目では、データ経営における基本的な概念やプロセスを理解し、データドリブンな意思決定と戦略立案の基礎力を養う。またAI経営についても触れる。			○	○	○			
	マーケティング概論	2		1	BT1104	本科目は、マーケティングの入門的な理論および概論を理解することができる内容である。はじめてマーケティングを学ぶ学生を念頭に、マーケティングの概念やマーケティング・マネジメント(4P戦略:製品・価格・流通チャネル・コミュニケーション)、戦略的マーケティング、分野別マーケティングを体系的に学ぶ講義科目である。実際の企業活動においてマーケティングがどのように展開されているのかを理解するとともに、マーケティング思考が学生に浸透することを到達目標とする。基本的な理論と戦略を学習してマーケティングの全体像を掴み、マーケティング分野の各論を履修するにあたっての礎となる科目である。	○	◎			◎			
	流通概論	2		1	BT1105	個々のメーカー・卸売業・小売業が相互に影響を及ぼし、取引関係を構築し、取引の連鎖として流通が営まれている。企業の流通の流れ、企業の組織化など企業の事例をもとに、流通の基礎理論について講義する。	○	◎			◎			
	経済学・経済政策	2		1	BT1106	本科目は、経済学を学んだことがない学生が本格的な勉強を始める前に経済学の基礎を幅広く学ぶことを目的としている。そこで、経済学・経済政策では、国際単位のマクロ経済と消費者と企業間のミクロ経済について扱う。マクロ経済学では、一国全体や国土の経済活動に焦点をあて、政策などがどのような影響を与えるのかを学ぶ。ミクロ経済学では、一企業、一消費者など個々の経済活動がどのような影響を与えるのかを学ぶ。特に、経済指標や為替相場の動きに敏感となり的確に経済データを把握し分析する力は、企業経営をはじめとするビジネスにおいて意思決定を行う際に求められる基本的な資質の修得を目的とする。また、マーケティング活動を展開する際に重要となる外部環境や活動成果の把握、さらには積極的な財務戦略の展開に必要な経済学の知識の修得を目指す。			◎	◎	○			
	簿記・会計学概論	2		1	BT1107	本科目は、はじめて簿記・会計学を学ぶことを念頭に、簿記・会計学の基礎・基盤となる内容を学習する。本科目では、簿記・会計の基本となる考え方と方法、簿記会計が実際の企業活動でどのように利用されているのかを理解させることを目標とする。また、発展科目として開講している、管理会計論、財務諸表論、財務諸表分析の基本的内容にも触れ、簿記・会計に関心が持てる科目とする。最終的には、学生が簿記・会計で学んだ知識をもとに、発展科目をさらに学ぶことによって、財務諸表のデータを利用して基本的な経営分析、企業会計の基本となる考え方を理解させる。			◎	◎	○			
	情報倫理	2		1	BT1108	本科目では、情報社会の中で適切な判断を行ない行動できるようになるために、人および企業などを取り巻く情報に関する法的・倫理的な基本アプローチを理解し、情報社会を安全かつ創造的に生き抜く術と考え方を身につけることを目的とする。	◎			△	△		○	
	経営管理論	2		2	BT2101	本科目では、経営管理の主要な理論(管理思想)について理解し、それに基づいて組織活動をどのようにマネジメントしていくかを検討する。特に、組織のマネジメントの理論と実践について、受講生の知識と論理的思考力などの能力向上を図る。経営学の分野でも特に領域が広く、そのため全体の把握が困難である経営管理論については、その基本的体系を理解することと、経営管理論の視点から社会的現象を分析・説明できる能力も養う。経営学を専攻する学生にとって、経営管理論は発展科目につながる重要な位置づけにあることから、経営管理の基礎知識の理解に重点を置く。			◎	○	△			
	経営組織論	2		2	BT2102	本科目では、組織とは何かを学ぶ。現代の企業経営は組織によって成り立っている。経営資源のヒト・モノ・カネ・情報を経営目標の達成に向けて上手く活用するためには組織の力が不可欠である。ここでは特に、基本的な知識として、経営学の中で組織論がどのような位置づけにある領域が説明を行い、組織論の歴史の発展の流れに関して説明を行う。受講生が、経営組織論の基本的な概念の意味を説明ができる知識を養うことを目的とする。			◎	◎	○			○
	企業論	2		1	BT1301	本科目は、現代社会に存在する企業をテーマとする。私たちの多くは、生活の糧を得る場所として企業で働く。そして、企業から供給される製品やサービスを購入することによって、日々の生活のほとんどが成り立っている。また、企業活動の浮沈によって、地域社会の衰退が引き起こされることもある。本科目では、経済主体の一つである企業に着目し、企業の歴史的発展経緯と現代企業の実態、さらには企業と地球社会の関係についても、理論的な話だけでなく、事例を交えながら講義を進める。なお、本科目の目的は、私たちの生活に大きな影響を与える現代企業の在り方を認識することである。			◎	○	○			
	金融基礎論	2		2	BT2301	本科目は、はじめて金融を学ぶことを念頭に金融に関する基本的な知識を修得させることを目的とする。現代のすべての社会人にとって、金融の対象領域である金融取引や証券投資の基礎知識は必須とされている。金融機関や企業の財務部門では、金融の理論を知る必要があり、本科目ではそれらのビジネスの基礎となる内容を学習する。これからの時代、個人でも、株式投資や年金運用のために金融の知識や眼力が欠かせない。また、金融取引や証券市場の仕組み、将来価値と現在価値の概念、債券と株式の初歩的な分析手法について学び、デリバティブ取引についても簡単に紹介する。			◎	○	○			
	経営法務	2		2	BT2302	本科目は、ビジネス関連の法律知識を修得させることを目的とする。創業から株式上市あるいは知的財産権の活用など、企業経営は様々な法律の枠組みの中で行われている。その経営にまつわるビジネス関連の法律を中心に、権利関係手続等に関する実務的な知識を学ぶ。近年は、コンプライアンス(遵法)経営が求められる。企業のリスク管理の重要性が高まる中、企業にとっても法務知識は不可欠と言える。本科目では、特に、会社法・知的財産権等の会社経営に深い関わりを持つ法律を中心に理解を深める。			◎	○	○			
	簿記A	2		1	BT1302	本科目は、初めて簿記を学ぶ学生を対象に、簿記の基礎的な事項を理解してもらうことを目的とする。簿記の「なぜ」に答えることを重視する。なぜ日常の家計簿の延長ではなく、なぜ複式なのか、なぜ借方・貸方なのか、なぜ加法にこだわるのか、なぜ決算整理が必要なのか等について学ぶ。学習の範囲、扱う内容、演習問題の量はおおむね日商簿記検定3級の標準的授業である。本科目の学習内容は、2・3年生で会計関係の専門科目を学習する際の基礎でもあり、社会人になった時のビジネスの常識でもある。			◎	○	○			
	簿記B	2		2	BT2303	本科目は、株式会社を前提とし、複式簿記の原理を理解し、その技術を修得することを目的とする。卒業後の企業活動に携わる者として簿記の知識は必要不可欠である。また、株式会社の財務諸表(損益計算書・貸借対照表)を作成する初歩的な技術を身につけ、会計学において基礎的な会計理論を学習し、財務諸表分析を行うための基礎知識を身につける。本科目では、日商簿記検定2級(商業簿記)レベルの学習範囲とし、日々の会計処理のうちサービス業、外貨建取引に関する内容、決算時の会計処理、本支店会計、連結会計なども学ぶ。			◎	○	○			
消費者行動論	2		2	BT2304	消費者行動は、主に消費者の購買行動や意思決定などの企業のマーケティング活動に寄与する学問領域として発展してきた。本科目では、企業活動の業績に大きな影響を与える消費者行動をどのように捉えるべきかを、様々な消費者行動に関する基本的概念である消費者ニーズ、買行動物、購買意思決定、態度、知覚、感情などの行動原理やモデルについて心理的側面を踏まえて提示する。そして、現代の情報社会における消費者行動を捉えるために必要と思われるコンシューマーインサイト、コ・クリエーション、オンラインにおける消費者行動、ライフスタイルの変化について解説を加える。	○	◎	○	○					
イノベーション・マネジメント	2		2	BT2305	本科目では、経営学で取り扱われているイノベーション論の体系を示し、イノベーションの定義や経営における必要性の理解を促したのち、個別のイノベーション理論やイノベーション・マネジメントの進め方について学ぶ。また、イノベーションの成果は、経済的価値創造の側面に留まらず、社会的価値創造の側面にもあり側面において期待が膨らんでいるためソーシャルイノベーションについても触れる。なお、イノベティブな経営を展開している実務家の講義を交えながら講義形式で実施する。本科目を通して、イノベーションに関する基本的な知識を修得するとともに、イノベーションを学生が身近なものとして認識し、学生自らがイノベーターの素質を身につけることを到達目標とする。			◎	○	○		△		
ブランドマネジメント	2		2	BT2306	今やブランドは高級なラグジュアリーブランドに限定したのではなく、その対象は農産品や農産品に至るまで幅広く資産として活用されている。製品・サービスの競争優位だけではなく、企業全体のイメージ・価値を高めて持続・発展させるアプローチとしてブランド戦略は有効である。本科目では、ブランドエクイティ、ブランドアイデンティティなどの概念、企業価値を創造するブランドマネジメントの重要性などを理論から理解させる。また、顧客とのエンゲージメントを強める手法や社会で活かす力を修得するために具体的事例から戦略を学ぶ講義科目である。ブランドと経営、ブランドとマーケティングの関係を理解させるとともに、ブランディングの見識を持つことを到達目標とする。			◎		○				

基礎

スタートアップ実践	2	3	BT3309	本科目では、科目「アントレプレナーシップ」での学修を活かし、新規事業構想（スタートアップ）に関してアイデアの作り方から具体的なビジネスプラン作成までを演習によって修得することを目的とする。ビジネスのデザインや戦略立案の方法や考え方をグループワークを中心に体得し、各人がビジネスプランを作成して報告する。本科目の受講により、創造的思考力を高め、経営資源を有効に配分する視座をもち、ビジネスのデザインと実行の戦略を組み立てることができるようになることを目標とする。本科目の受講生が起業家として世に羽ばたくことを期待する。	◎	◎	◎	○	○	○
工業簿記	2	2	BT2317	本科目では、工業簿記と原価計算に関する知識を学ぶことを目的とする。初級の簿記では、商品仕入れ、販売をおこなう商業簿記を基本的に学ぶ。そこで、本科目では、製造業を対象とした簿記である工業簿記（原価計算された結果を複式簿記の原則に基づいて記録する）と原価計算（種々の目的を達成するために製品の原価を計算する）について学ぶ。すなわち、原価計算の手法（実際原価計算、標準原価計算、個別原価計算、総合原価計算、全部原価計算、直接原価計算など）を学び、伝統的な製品原価の計算ができるようになることが本科目の目的である。また、工業簿記は、日商簿記検定2級の試験範囲であるため、その範囲を念頭に講義を実施する。	◎	○	○	○	○	○
管理会計論	2	2	BT2318	本科目は、組織管理に不可欠な経済的情報を提供する管理会計の理論と技術について学ぶことを目的としている。管理会計の学習にあたっては、単に計算テクニックを使うというだけでなく、組織実践との関係で、経営管理とは何であるかについて理解する必要がある。そのため本科目では、具体的な意思決定の場面をイメージしながら講義を進めていく。経営管理の問題と管理会計との関係についての知識の習得を目指し、経営管理における問題ごとに異なる会計情報を利用されること、また、そのときに必要となる財務・非財務情報について理解し、関連した計算方法を使えるようにすることを目的とする。	◎	○	○	○	○	○
財務諸表論	2	3	BT3310	本科目は、簿記の知識を踏まえながら、財務諸表論の基礎知識を学ぶことを目的としている。財務諸表は、企業の成績表であり、企業の良し悪しの判断材料の一つとなる。よって、財務諸表論の基礎理論を踏まえ、実際の財務諸表を受講生が読めるようになることは有意義なことである。本科目では、特に、財務諸表の1つである損益計算書に力点を置いて講義を実施する。財務諸表論の基礎理論をマスターし、特に損益計算書の基本原則を学びながら、その構造を理解することを目的とする。また、発展科目としての財務諸表分析および財務アナリティクスを学ぶための基礎知識も学ぶ。	◎	○	○	○	○	○
財務諸表分析	2	3	BT3311	本科目は、財務諸表を用いて、企業の経営の成績・財政状態を分析する理論と技術について学ぶことを目的とする。B/S、P/L、キャッシュフロー計算書の各要素を用いて指標を計算し企業の現状を分析する。これにより、大企業から中小企業まで同じ指標を用いて財務分析をすることが可能となる。本科目では、財務諸表分析として、6つの分析方法（収益性分析、生産性分析、安全性分析、効率性分析、成長性分析、損益分岐点分析）を利用し、現状と問題点を理解できる能力を学ぶ。また、財務諸表は、企業の財務体質や収益性などをみるための重要な情報でもあることを理解させる。	◎	○	○	○	○	○
コンピュータ会計	2	3	BT3312	本科目では、会計ソフトを利用して、簡単な取引の仕訳に基づいてのデータ入力、簿記一巡の手続きの理解、適切な処理シートの選択などの基本的な操作を学修することを目的とする。現在の企業で行う取引は、手書きの仕訳帳や元帳、また伝票によらず、電子的な方法で記録処理することが一般に行われている。そのような状況から学生時代に、コンピュータを利用した会計処理に触れ、また操作できることが実務的にも求められている。なお、会計ソフトは、簿記の原理に習熟していない人にも使いこなせるように工夫されているが、簿記会計の知識がないと、入力後の誤謬発見などはできないことを留意させながら授業を進める。	◎	○	○	○	○	○
サプライチェーンマネジメント	2	3	BT3313	本科目では、企業のサプライチェーンにおける原材料の調達や製品の生産、在庫や物流など、製品やサービスが顧客にわたるまでの諸活動について理解し、それら一連の活動を管理する方法について学ぶ。トヨタ生産方式など、実際の企業での事例についても解説し、生産活動に複数の企業活動が関わっており、全体最適を目的として複数の企業連携における一貫通の仕組みが構築されていることから、仕組み作りの重要性や課題についても考えていく。	◎	○	○	○	○	○
コンテンツビジネス論	2	2	BT2319	本科目では、従来型のコンテンツビジネスから現在に至るコンテンツビジネスの在り方に至るまでを体系的に理解することを目的とする。コンテンツビジネスの変遷を体系的に学びながら、今後のコンテンツを用いたビジネスにおいて活躍することが可能な人材を育成すべく、必要となる基礎力を学ばせる。	◎	○	◎	○	○	○
課題解決演習	2	2	BT2320	本科目では、現在社会・地域が抱える様々な問題・課題について、マーケティング手法などさまざまなアプローチを用いた解決策の立案方法など、講義とケーススタディによるグループ演習を通じ実践的に学ぶなかで、実行するための能力を身につけることを目的とする。	△	○	○	◎	○	○
マーケティング思考論	2	2	BT2321	マーケティングを取り巻く環境が大きく変化していることにより、マーケティングはより多岐かつ複雑になっている。その要因は、市場の成熟化、グローバル化、ITの進展によるものが多い。このような状況の中でマーケティング思考も変化している。マーケティング思考とは、顧客に価値を届けようとする意識を指すことであり、マーケティングの中核となる考え方である。本科目では、マーケティング思考の体系的な理解と、マーケティング思考に基づいた企業経営者の実践例を通して、マーケティング思考に関する基本的知識を身につけるとともに、マーケティング思考に基づいて企業活動を捉えるスキルを身につけることを目標とする。	○	◎	◎	○	○	○
ソーシャルマーケティング	2	2	BT2322	企業経営において理念や戦略を構築してきたマーケティングであるが、その主体や対象は多様化している。デジタルマーケティングの理論および戦略が非営利組織で採用されたり、善利企業が経済的価値のみならず社会的価値を創造する活動に取り組みしたり、環境問題を解決するための社会課題解決に向けた組織において展開されたりしているマーケティング活動はすべて、ソーシャルマーケティングの概念に含まれる。本科目では、ソーシャルマーケティングとは何か、その概念が登場してきた背景を理解したうえで、CSRやコーズ・リレイティッド・マーケティング、環境マーケティングなどについて事例を交えながら講義する。ソーシャルマーケティングに関する基本的な知識を修得するとともに、学生自ら社会に対して望ましい意識・行動変容が芽生えることを到達目標とする。	◎	◎	○	○	○	○
国際マーケティング	2	2	BT2323	国際的な相互依存が高まり、経済におけるグローバル化が進化するなかで、企業活動も国内にとどまらず多くの企業が海外との関わりを持つようになっている。本科目では、国内マーケティングと国際マーケティングにおける外部環境の差異を、政治・経済、社会、文化、法律などの側面から理解し、国際マーケティングの必要性を説く。国際マーケティングは、国境を跨いだ広範な市場環境で展開されるという点で国内マーケティングとは大きく異なることから、企業が異なる市場環境にどのように適応していくのかという問題を理解することを目的とする。特に、現代社会において国際的な感覚を持ち、当たり前のことが当たり前ではないというSRIC概念を理解し、文化の異なる社会でのマーケティング活動について理解する。	◎	○	○	○	○	△
リレーションシップマーケティング	2	3	BT3314	既存の顧客を離れさせないために小売業は、どのように顧客を分析し、小売店舗の経営を望ましいものにしていくのか、顧客との良好な関係をどのように構築していくのかを講義する。	○	○	○	○	○	○
プロダクトディベロップメント	2	3	BT3315	企業の目的は限られた資源を有効活用し付加価値を生み出して、社会に価値を提供することである。価値の源泉である新たな製品を開発することは、企業の成長と存続には欠かせないものとなる。したがって、プロダクトディベロップメントは企業にとって重要な活動であると同時に、複雑な意思決定とマネジメントが必要である。本科目では、プロダクトディベロップメントに必要な環境分析、戦略の立案、開発プロセスについて講義する。また、プロダクトディベロップメントで成功した例や失敗した例を取り上げてその要因についても分析する。さらに、具体的なプロダクトディベロップメントを提案させ、その提案内容を討議することによって、社会に必要なプロダクトディベロップメントを提案することができる先見的な能力を身につけることを目標とする。	◎	◎	○	○	○	○
マーケティングコミュニケーション	2	3	BT3316	いわゆる「情報を取り巻く社会」が、2000年代初頭から進んでいる。その間、情報やメディアは統合あるいは分化など変容してきているが、同時に薄皮一枚隔った様々なクラスター社会を生み出してきた。普段私たちが取り巻いている情報やメディアは、それぞれの社会的責任において、企業や私たち生活者双方にとって居心地の良いものでなくてはならない。この「居心地」を持続的に発展させる方策の一つが「マーケティングコミュニケーション」である。本科目では、この考えを、マーケティング視点から捉え直すことで、受講生自らが判断あるいは実践していける基礎の構築を目指す。	◎	○	◎	○	○	○
デジタルプロダクトプランニング	2	3	BT3317	消費者が求める製品を即座に提供していくことが求められているなかで、製品開発におけるデジタル活用が重要となっている。本科目では、製品開発におけるデジタル化による情報共有の有用性やその活用方法について学ぶ。そして、製品計画の概念を理解した上で、演習では製品企画・開発の提案、製品決定のプロセスを実践し、デジタル化による効果と効率的な活用について考えることを目標とする。	○	○	○	○	○	○
インターネットマーケティング	2	3	BT3318	本科目では、インターネットを通じた情報共有手段が多面化したことによって変化の進むマーケティング手法について理解することができる内容とする。変化の中で、望ましい顧客との関係性構築の在り方について考察できる能力を身につけることを目標とする。	◎	○	○	○	○	○
マーチャндаイジング論	2	3	BT3319	流通業者が行う商品の仕入れから販売までの一連の活動を小売業のマーケティングミックスの幅広い活動として捉え、実際の小売業の事例をもとに講義する。	◎	◎	○	○	○	○
マーケティングインテリジェンス	2	3	BT3320	マーケティングインテリジェンスとは、市場のニーズや嗜好の変化、動向を測定し、将来の市場規模やその特徴に影響を及ぼすようなビジネス環境の変化を収集・分析し、体系化したプロセスである。マーケティングインテリジェンスは、情報化社会において利用可能なデータや情報が増大したことによって、より重要なものとなっている。情報を的確に処理し、マーケティングに活用していくためには、企業の置かれているマーケティング環境や競争企業の分析をすることが重要である。本科目では、マーケティングインテリジェンスの体系的な理解と、具体的なマーケティングインテリジェンスの事例を取り上げてその要因を分析し、マーケティングインテリジェンスの基本的知識を身につけることを目標とする。	◎	◎	○	○	○	○
データドリブンマーケティング	2	3	BT3321	データドリブンマーケティングとは、企業の経営やマーケティング活動などに関する判断・行動を、商品の売上数や傾向、Webサイトでのユーザーの動き、顧客の属性・嗜好といった様々なデータに基づいて決定するマーケティングのことである。これは、ITの飛躍的な進歩によってその意識が強調されるようになった。本科目では、データドリブンマーケティングの理解と、具体的な消費者データを用いて、収集から、加工、分析し、行動計画の策定、実践、効果測定という一連の流れについて理解する。	○	◎	◎	○	○	○
プロモーション演習	2	2	BT2324	本科目では、企業や組織が向き合う様々な取り組みについて、プロモーション施策を用いた社会への有用な周知方法についての施策を学ぶ。講義とケーススタディによるグループ演習を通じ実践的に学ぶなかで、実行するための能力を身につけることを目的とする。	○	○	○	◎	○	○
リテールマーケティング演習A	2	2	BT2325	本科目は、マーケティングの基本的な考え方はもちろん、流通・小売業界に必要なとされる基本的・基礎的知識および技能を学ぶことにより、販売担当者に必要な接客や売場づくりなどに関する知識・技能を身につけた人材を育成することを旨とする。なお、修習レベルは日本商工会議所主催「リテール・マーケティング（販売士）」の3級レベルである。学修範囲は、「小売業の種類」、「マーケティング」、「マーケティング」、「ストアオペレーション」、「マーケティング」、「販売・経営管理」である。	◎	◎	○	○	○	○

経営分析手法	リテールマーケティング演習B	2	2	BT2326	本科目は、マーケティングおよびマーチャンダイジングをはじめとする流通・小売業における高度な専門知識を学ぶことにより、販売促進の企画・実行をリードし、店舗・売場を包括的にマネジメントできる人材を育成することを旨とする。なお、学修範囲は、科目「リテールマーケティング演習A」と同じく、小売業の種類、マーチャンダイジング、ストアオペレーション、マーケティング、「販売・経営管理」であるが、学修レベルは「リテール・マーケティング（販売士）」の2級レベルである。	◎	◎	○					
	経営データマイニング	2	3	BT3322	経営データマイニングは統計学等のデータ解析の技法を、企業等の大量なデータに網羅的に適用することで知識を取り出す技術で、通常のデータの扱い方から想像が及ばない、発見的な知識や有用な情報の取得を期待して利用されている。従来は、このような取引等のデータは経理処理等に必要データだけ取り出され、他に活用されなかったが、情報技術の向上により潜在的な企業経営ニーズが眠る大量なデータを鉱山と見立てて採掘(mining)することが可能となっている。本科目では、この経営データマイニングの知識をビジネス等での問題解決に活用できる人材の育成を目的とする。	◎	○	◎					
	人事データ分析	2	3	BT3323	本科目は、人的資源管理に関する基本的な知識を学び、「経緯と勤」に頼った人事・組織運営が行われている現状課題に取り組みすることを目的としている。経営分析手法の基礎知識・スキルを活用しながら、さらに、パソコンを使ったデータ分析の演習やグループワーク等を行うことで、人事部門に必要とされる実践的な情報リテラシー能力を養う。本科目では、特に、人事データを活用し、人事に関する情報・データの分析スキル、およびそれを活用した要員計画の策定や人事施策の企画を行うビジネスパーソンとして必要とされるスキルを身につける。	◎	○	△	△	△			
	企業・会計データ分析	2	3	BT3324	学生は、在学中に「決算」「売上」「利益」などの用語を聞いたことがあるはずである。これらは、就職活動の際の企業の業績の把握や、企業に勤めてからの自社や取引企業の業績の把握にも必須である。そこで、本科目は、企業会計の①財務会計（企業の成績を外部に報告すること）、②管理会計（社内で従業員の業績を測ったり、経営戦略を練ったりするために会計を用いること）、③監査（企業の不正を防ぐこと）、④税務会計（企業が法人税を支払うしくみ）および、⑤財務分析（企業の成績表を分析し経営戦略に用いること）等の領域を学ぶことで、企業の活動を明確に理解できるようになることを目的とする。	◎	◎	○	◎				
	経営統計学入門	2	2	BT2327	本科目では、ビジネスや社会にある数量的な情報について、基本的な統計学による見方・考え方を理解して、定量的に処理し運用できる基礎力を身につける。具体的には記述統計学による代表値の意味と集合の論理および条件付き確率の考え方を、ビジネスにおける統計・分析に活かし、また確率分布の見方・考え方の理解につながる基礎力を身につける。		◎	○	○	○	○		
	経営統計学	2	2	BT2328	本科目では、理論的な確率分布の理解をもとに、標本や現実のデータから母集団の特性を推測する統計学を学び、ビジネスや社会において数量的な現象を推測し、事象の傾向や動向の分析をすることができる基礎力を身につける。そして、仮説検定や様々な推定による統計学の見方・考え方をビジネスにおいて活かすことができる能力を身につける。	○	○	○	○	○	○		
	経営データ分析基礎	2	2	BT2329	本科目では、ビジネスに関連する基本的なデータ集計について学ぶ。ビジネスに関連するデータ、アンケート調査結果やオープンデータなどの収集されたデータを適切に集計（単集計やクロス集計）し、効果的なグラフを作成すること、および集計結果の数値から基礎的な分析ができるようになることを目的とする。	○	○	○	○				
	経営データ分析	2	2	BT2330	本科目では、科目「経営データ分析基礎」で身につけた知識を発展させ、より実践的なデータを分析対象として、さらに応用的な分析ができるようになることを目的とする。ビジネスで多く活用されている分析手法を学ぶ。データの収集・集計から分析、結果出力まで、データ分析の一連の流れを実践し、ビジネスで活用する能力を身につける。	○	○	○	○				
	経営分析手法	2	3	BT3325	「経営分析手法」は、ビジネスの分析と意思決定を支援するための手法を学ぶ科目です。主要な経営分析手法として、主成分分析、クラスター分析、対応分析、関連分析、多次元尺度構成法とを取り上げる。これらの手法を学ぶことで、企業の内部・外部の要因を評価し、戦略策定や問題解決に活用する能力を身につける。具体的なビジネスケースや実践的な課題を通じて、解決策を提案する能力を養う。	○	○	○	○				
	意思決定分析	2	3	BT3326	本科目は、主に経営管理、会計、マーケティング分野の企業経営に関するデータを用いて分析することにより企業のマーケティング戦略や経営戦略における意思決定の際に活用できる意思決定分析手法の理論の基礎や手法のエッセンスを学ぶ。	◎	◎	○	◎				
経営オペレーションリサーチ	2	3	BT3327	本科目では、経営管理などのビジネス現場によく出会うような課題を数理モデルとして定式化し、最適化の観点からその解決手法を論じる。ビジネス問題の解決に役立つような技法（手法）を演習で学ぶ。数理的な手法によるビジネス課題の解決能力を身につけることを目的とする。			△	◎	○	△			
専門演習科目	ビジネス価値創造学習	2	1	BT1109	本科目は、企業や自治体と連携したインターンシップ型のビジネス価値創造活動に参画するための事前学習として位置づけられている。現代社会において求められる価値創造とは何か、価値創造のアプローチについて講義形式による学習のほか、本学部におけるPBL型科目「ビジネス価値創造演習Ⅰ・Ⅱ」、「ビジネス価値創造実践Ⅰ・Ⅱ」をそれぞれの科目開講目的と関係性について理解を促す。企業等と連携した活動に参画するにあたりビジネスマナーやコミュニケーションスキル、効果的なプレゼンテーションデータ作成を含むプレゼンテーションスキルを講義・演習によって修得することを到達目標とする。	◎	◎	◎	◎				
	ビジネス価値創造演習Ⅰ	2	2	BT2105	本科目では、学生が社会人基礎力を培うために必要とされる主体性と協働性を育むことを目的に、個人や少人数によるチームごとにおけるアクティブラーニングを通して、ビジネスの価値を創造したり評価したり発掘する視点と道筋を互いに試行して、具体的な課題を解決していく方法や構成を工夫する学びを行う。地域における実践や活動事例の紹介、あるいは現代社会における関心事や課題から、共同作業を通して解決策へのアプローチをどのように考えていくか、そのための役割分担はどうできるか、互いの意見の表現方法を通して振り返りができるか、などを学生同士が構築するための演習とする。本演習では学生自身の気づきと体験からチームビルディングの意義と課題を整理して、将来へのキャリア設計につながる実践となることを目標とする。	◎	◎	◎	◎	○	○		
	ビジネス価値創造演習Ⅱ	2	2	BT2106	本科目は、3年次以降に専門的に研究し学ぶ分野を選択する時期である2年次の秋学期に開講する演習科目である。基礎セミナーや教養科目および本学部の専門基礎・基幹科目を履修し修得した知識やスキルを活かして、ビジネス価値の創造プロセスを体験するPBL型演習で企業等と連携した教育型インターンシップとする。連携先を交えた学修成果報告を行い、評価・フィードバックの機会を持つ。ビジネス価値創造のプロセスを体験することにより、学びを定着させビジネスに活かす楽しさを体感するとともに、自らの課題を把握し卒業までの目標を意識させるほか、発展科目履修の目的と意欲を持たせることを目的とする。ビジネス価値創造学習およびビジネス価値創造演習Ⅰでの学びを実践し身に付けた力を発揮する科目としての位置づけである。	◎	◎	◎	◎	◎	○		
	ビジネス価値創造実践Ⅰ	4	3通	BT3101	本科目は、科目「ビジネス価値創造演習Ⅰ・Ⅱ」の発展科目として位置づけ、3年次の学生を対象としたPBL型演習科目である。それまでの学修成果を自らが選択した専門分野に関する学修を深化させ、卒業研究の準備へと結びつけていく重要な科目である。いずれか1名の専任教員のゼミナールに所属し、担当教員から指導を受けながら専門分野に対する知識を深め、ゼミナールの仲間とともに学修成果をビジネス価値創造に活かす実践的なプロジェクトやそのための研究に取り組む。価値創造に必要な力、プロジェクトマネジメント力を養うこと、卒業研究の研究対象を定めることを目的とする。学生の就職活動時期とも重なるため、学修面に加えて進路指導をきめ細やかに行なう。	◎	◎	◎	◎	◎	○		
	ビジネス価値創造実践Ⅱ	4	4通	BT4101	本科目は、専門科目の履修による学修の成果に加えて、3年次科目「ビジネス価値創造実践Ⅰ」での学びや研究、実践的活動の成果をもとに、データ処理や活動の整理をすることで卒業論文に向けた研究テーマの決定や卒業論文の仕上げにつなげることを目的とする。本科目の位置づけは、3年次までに学修した「ビジネス価値創造」科目群（「ビジネス価値創造演習Ⅰ」、「ビジネス価値創造演習Ⅱ」、「ビジネス価値創造実践Ⅰ」）の学修を統合するものである。	◎	◎	◎	◎	◎	○		
	論文作成指導	2	2	BT2107	本科目は、これまでに体験した学びから特にPBL型における授業での取組を振り返り、それらのアプローチや考察をさらに一般に伝えるために、また、現実の課題解決の方策として進める、あるいは発展させるには、何が必要とされるのかについて各自が論文として作成する試みや表現方法を考察することを目的とする。グループや複数の人が関わり協働して実践した試みや表現方法について、より客観的な形として提示することができるよう、再び互いにも振り返り協働をして、文献や先行事例の調査や理解、感想や所感と意見や主張との違い、論文としての構成の仕方や表現方法について学ぶ演習とする。本科目は専門演習につながる形式の設定とするが、その前段階における共同するグループとしては、専門や研究の志望に専らないことに意義を持たせる。	◎	◎	◎	◎	◎	○		
	卒業論文	2	4	BT4102	本学部学科での4年間の学びの集大成となる卒業論文の作成に関する指導を受けたうえで作成・提出された卒業論文を担当教員が評価し、その研究成果に対して単位を付与する。	◎	◎	◎	◎	◎	○		
	海外事情1	2	1・2・3・4	BT1305	本科目は、異文化理解と語学力向上を目的としている。事前事後学修を行った上で、夏季・春季休暇期間中に、本学の海外協定校での語学や現地事情などの授業等を受講し、単位を付与する。	○			○	○			
	海外事情2	2	1・2・3・4	BT1306	本科目は、異文化理解と語学力向上を目的としている。事前事後学修を行った上で、夏季・春季休暇期間中に、本学の海外協定校での語学や現地事情などの授業等を受講し、単位を付与する。	○			○	○			
	海外事情3	2	1・2・3・4	BT1307	本科目は、異文化理解と語学力向上を目的としている。事前事後学修を行った上で、夏季・春季休暇期間中に、本学の海外協定校での語学や現地事情などの授業等を受講し、単位を付与する。	○			○	○			
海外事情4	2	1・2・3・4	BT1308	本科目は、異文化理解と語学力向上を目的としている。事前事後学修を行った上で、夏季・春季休暇期間中に、本学の海外協定校での語学や現地事情などの授業等を受講し、単位を付与する。	○			○	○				
自由選択科目	異文化理解科目												