

別記様式第2号（その1の1）

基本計画書

基本計画									
事項	記入欄								備考
計画の区分	学部設置								
フリガナ設置者	ガッコウホクワン ナゴヤカクインダク 学校法人 名古屋学院大学								
フリガナ大学の名称	ナゴヤカクインダク 名古屋学院大学								
大学本部の位置	愛知県名古屋市熱田区熱田西町1番25号								
大学の目的	本大学は、学校教育法、及び教育基本法の規定するところに従い、広く知識を授けるとともに深く専門の学芸を教授研究し、キリスト教主義に基づいて人格を陶冶することを目的とする。								
新設学部等の目的	経営学部は、経営及びマーケティング分野の専門的知識と、経営戦略や意思決定において不可欠な経営分析に関する基礎的知識及びスキルを兼ね備え、ビジネスの現場においてこれら学部教育で培った能力を発揮できる人材を養成することを理念・目的とする。								
新設学部等の概要	新設学部等の名称	修業年限	入学定員	編入定員	収容定員	学位又は称号	開設時期及び開設年次	所在地	
	経営学部 データ経営学科 計	年	人	年次人	人	学士 (経営学)	令和6年4月 第1年次	愛知県名古屋市熱田区熱田西町1番25号	
同一設置者内における変更状況 (定員の移行、名称の変更等)	学生募集停止 商学部 経営情報学科 (廃止) (△95) スポーツ健康学部 こどもスポーツ教育学科 (廃止) (△40) ※令和6年4月学生募集停止								
教育課程	新設学部等の名称	開設する授業科目の総数					卒業要件単位数		
		講義	演習	実験・実習	計				
	経営学部データ経営学科	103科目	27科目	27科目	157科目	124単位			
教員の組織概要	学部等の名称			専任教員等					兼任教員等
				教授	准教授	講師	助教	計	助手
	新設分	経営学部 データ経営学科	人	人	人	人	人	人	人
			11	1	3	1	16	0	75
			(12)	(1)	(3)	(0)	(16)	(0)	(75)
		計	11	1	3	1	16	0	—
			(12)	(1)	(3)	(0)	(16)	(0)	(—)
	既設分	経済学部 経済学科	12	11	6	0	29	0	91
			(12)	(11)	(6)	(0)	(29)	(0)	(91)
		現代社会学部 現代社会学科	7	10	2	0	19	0	93
		(7)	(10)	(2)	(0)	(19)	(0)	(93)	
商学部 商学科		11	4	6	0	21	0	92	
		(11)	(4)	(6)	(0)	(21)	(0)	(92)	
法学部 法学科		8	8	0	0	16	0	84	
		(8)	(8)	(0)	(0)	(16)	(0)	(84)	
外国語学部 英米語学科	7	3	5	0	15	0	107		
	(7)	(3)	(5)	(0)	(15)	(0)	(107)		
国際文化学部 国際文化学科	9	9	0	0	18	0	77		
	(9)	(9)	(0)	(0)	(18)	(0)	(77)		
スポーツ健康学部 スポーツ健康学科	10	7	5	0	22	0	56		
	(13)	(7)	(5)	(0)	(25)	(0)	(56)		
リハビリテーション学部 理学療法学科	9	3	2	0	14	0	81		
	(9)	(3)	(2)	(0)	(14)	(0)	(81)		
	計	73	55	26	0	154	0	—	
		(76)	(55)	(26)	(0)	(157)	(0)	(—)	
	合計	84	56	29	1	170	0	—	
		(88)	(56)	(29)	(0)	(173)	(0)	(—)	

教員以外の職員の概要	職 種		専 任	兼 任	計					
	事 務 職 員		88 人 (88)	39 人 (39)	127 人 (127)					
	技 術 職 員		2 (2)	0 (0)	2 (2)					
	図 書 館 専 門 職 員		5 (5)	0 (0)	5 (5)					
	そ の 他 の 職 員		0 (0)	0 (0)	0 (0)					
計		95 (95)	39 (39)	134 (134)						
校 地 等	区 分	専 用	共 用	共用する他の学校等の専用	計	校舎敷地 借用面積：16,236㎡ 借用期間：50年 (平成17 (2005)年7月22 日より50年間)				
	校 舎 敷 地	234,785.84 ㎡	0 ㎡	0 ㎡	234,785.84 ㎡					
	運 動 場 用 地	83,493.78 ㎡	0 ㎡	0 ㎡	83,493.78 ㎡					
	小 計	318,279.62 ㎡	0 ㎡	0 ㎡	318,279.62 ㎡					
	そ の 他	64,584.76 ㎡	0 ㎡	0 ㎡	64,584.76 ㎡					
合 計	382,864.38 ㎡	0 ㎡	0 ㎡	382,864.38 ㎡						
校 舎		専 用	共 用	共用する他の学校等の専用	計	借用土地 (上記) 上の建物： 23,655.50㎡				
		80,682.52㎡ (80,682.52㎡)	0㎡ (0㎡)	0㎡ (0㎡)	80,682.52㎡ (80,682.52㎡)					
教室等	講義室	演習室	実験実習室	情報処理学習施設	語学学習施設	大学全体				
	115室	19室	36室	5室 (補助職員 0人)	5室 (補助職員 0人)					
専 任 教 員 研 究 室		新設学部等の名称		室 数						
		経営学部データ経営学科		16 室						
図 書 ・ 設 備	新設学部等の名称	図書 〔うち外国書〕 冊	学術雑誌 〔うち外国書〕 種	電子ジャーナル 〔うち外国書〕 種	視聴覚資料 点	機械・器具 点	標本 点	学部単位での特定 不能なため、大学 全体の数		
	経営学部 データ経営学科	376,286 [86,238] (358,298 [86,408])	25,063 [23,126] (25,063 [23,126])	24,619 [23,058] (24,619 [23,058])	3,460 (3,460)	33,400 (33,400)	67 (67)			
	計	376,286 [86,238] (358,298 [86,408])	25,063 [23,126] (25,063 [23,126])	24,619 [23,058] (24,619 [23,058])	3,460 (3,460)	33,400 (33,400)	67 (67)			
図 書 館		面積	閲覧座席数	収 納 可 能 冊 数	大学全体					
		6,599㎡	955席	571,861冊						
体 育 館		面積	体育館以外のスポーツ施設の概要							
		6,711.37㎡	野球場1面、屋内プール1面、テニスコート16面ほか							
経 費 の 見 積 及 び 方 法 の 概 要	経 費 の 見 積 り	区 分	開設前年度	第1年次	第2年次	第3年次	第4年次	第5年次	第6年次	電子ジャーナル、 データベース、そ の他の経費(運用 コスト含む)含む
		教員1人当り研究費等		600千円	600千円	600千円	600千円	—千円	—千円	
		共同研究費等		20,000千円	20,000千円	20,000千円	20,000千円	—千円	—千円	
		図 書 購 入 費	2,000千円	800千円	1,000千円	800千円	800千円			
	設 備 購 入 費	1,813千円	1,813千円	1,813千円	1,813千円	1,813千円	—千円	—千円		
	学 生 1 人 当 り 納 付 金	第1年次	第2年次	第3年次	第4年次	第5年次	第6年次	経営学部		
		1,298千円	1,017千円	1,017千円	1,017千円	—千円	—千円	経済、現代社会、商、法 学部		
		1,268千円	987千円	987千円	987千円	—千円	—千円	外国語学部、国際文化学 部		
		1,418千円	1,137千円	1,137千円	1,137千円	—千円	—千円	スポーツ健康学部		
		1,398千円	1,117千円	1,117千円	1,117千円	—千円	—千円	リハビリテーション学部		
1,828千円		1,547千円	1,547千円	1,547千円	—千円	—千円				
学生納付金以外の維持方法の概要			補助金収入、手数料収入、資産運用収入、雑収入等							
大 学 の 名 称		名古屋学院大学								
学 部 等 の 名 称		修業 年限	入学 定員	編入学 定員	収容 定員	学位又 は称号	定 員 超 過 率	開 設 年 度	所 在 地	
経済学部 経済学科		4年	250人	—人	1,000人	学士 (経済学)	1.16 1.16	昭和39 年度	愛知県名古屋熱田 区熱田西町1番25号	
現代社会学部 現代社会学科		4年	150人	—人	600人	学士 (現代社会)	1.17 1.17	平成27 年度	同上	

既設大学の状況	商学部 商学科	4	200	—	800	学士 (商学)	1.13 1.12	平成4年度	同上	
	経営情報学科	4	95	—	380	学士 (商学)	1.15	平成15年度	同上	
	法学部 法学科	4	165	—	660	学士 (法学)	1.18 1.18	平成25年度	同上	
	外国語学部 英米語学科	4	140	—	560	学士 (文学)	1.01 1.01	平成元年度	同上	
	国際文化学部 国際文化学科	4	150	—	550	学士 (国際文化)	1.01 1.01	平成27年度	同上	令和3年度入学定員増(+50人)
	国際協力学科	4	—	—	—	学士 (国際文化)	—	平成27年度	同上	令和3年度より学生募集停止
	スポーツ健康学部 スポーツ健康学科	4	130	—	510	学士 (スポーツ健康)	0.99 1.12	平成22年度	愛知県瀬戸市上品野町1350	令和3年度入学定員増(+10人)
	こどもスポーツ教育学科	4	40	—	170	学士 (こどもスポーツ教育)	0.60	平成27年度	同上	令和3年度入学定員減(▲10人)
	リハビリテーション学部 理学療法学科	4	80	—	320	学士 (理学療法)	1.00 1.00	平成22年度	愛知県名古屋市熱田区大宝三丁目1番17号	
	大 学 の 名 称	名古屋学院大学大学院								
経済経営研究科 経済学専攻 修士課程	2	2	—	4	修士 (経済学)	0.50	平成9年度	愛知県名古屋市熱田区大宝三丁目1番17号		
経営政策専攻 博士前期課程	2	10	—	20	修士 (経営学)	1.40	平成9年度	同上		
経営政策専攻 博士後期課程	3	2	—	9	博士 (経営学)	1.22	平成11年度	同上	令和4年度入学定員減(▲3人)	
外国語学研究科 英語学専攻 修士課程	2	2	—	4	修士 (英語学)	0.00	平成9年度	同上		
国際文化協力専攻 修士課程	2	2	—	4	修士 (国際文化協力)	2.25	平成21年度	同上		
英語学専攻 博士前期課程 (通信教育課程)	2	20	—	40	修士 (英語学)	0.97	平成13年度	同上		
英語学専攻 博士後期課程 (通信教育課程)	3	1	—	5	博士 (英語学)	0.80	平成20年度	同上	令和4年度入学定員減(▲2人)	
附属施設の概要	<p>名称：瀬戸キャンパス体育館 目的：学生（スポーツ健康学部）の教育研究に資する。 所在地：愛知県瀬戸市上品野町1350番87 設置年月：平成25年12月 規模等：3階建 4,220.56㎡</p>									

別記様式第2号（その2の1）

教育課程等の概要														
(経営学部データ経営学科)														
科目区分	授業科目の名称	配当年次	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考
			必修	選択	自由	講義	演習	実験・実習	教授	准教授	講師	助教	助手	
N G U 教 養 ス タ ン ダ ー ド 科 目	キリスト教概説1	1前	2			○								兼1
	キリスト教概説2	1後	2			○								兼1
	聖書学	2・3・4前		2		○								兼1
	キリスト教倫理	2・3・4前		2		○								兼2
	キリスト教史	1・2・3・4後		2		○								兼1
	基礎セミナー	1前	2				○		5		2			
	発展セミナー	1後		2			○		1		1			
	キャリアデザイン1a	1前		2		○								兼2
	キャリアデザイン1b	1後		2		○								兼2
	キャリアデザイン2a	2前		2		○								兼2
	キャリアデザイン2b	2後		2		○								兼2
	ボランティア学	1・2・3・4前		2		○								兼4 オムニバス
	ボランティア演習	1・2・3・4後		2			○							兼1 ※実習、集中
	インターンシップ1	1・2・3・4前後		2				○						兼1 集中
	インターンシップ2	1・2・3・4前後		2				○						兼1 集中
	情報処理リテラシー	1前	2			○			1					
	データサイエンスリテラシー	1後		2		○						1		
	日本語表現	1前	2			○								兼2
	実用日本語表現法	1後		2		○								兼1
	アカデミック日本語表現法	2前		2		○								兼1
	基礎英語1	1前	1				○				1			兼3
	基礎英語2	1後	1				○				1			兼3
	英会話1	1前	1				○				1			兼2
	英会話2	1後	1				○				1			兼2
	実用英語1	2前		1			○				1			
	実用英語2	2後		1			○				1			
	情報英語1	2前		1			○							兼1
	情報英語2	2後		1			○							兼1
	TOEIC英語1	2前		1			○							兼1
	TOEIC英語2	2後		1			○							兼1
	ドイツ語1	2前		1			○							兼1
	ドイツ語2	2後		1			○							兼1
	フランス語1	2前		1			○							兼1
	フランス語2	2後		1			○							兼1
	スペイン語1	2前		1			○							兼2
	スペイン語2	2後		1			○							兼2
	中国語1	2前		1			○							兼2
	中国語2	2後		1			○							兼2
	韓国語1	2前		1			○							兼1
	韓国語2	2後		1			○							兼1
【教養】日本史	1・2・3・4前		2			○							兼1	
【教養】世界史	1・2・3・4前後		2			○							兼2	
【教養】日本文学	1・2・3・4前後		2			○							兼1	
【教養】外国文化論	1・2・3・4前後		2			○							兼2	
【教養】文化人類学	1・2・3・4前後		2			○							兼4	
【教養】陶芸論	1・2・3・4前		2			○							兼1	
【教養】陶芸演習	1・2・3・4前		2				○						兼1 集中	
【教養】政治学	1・2・3・4後		2			○							兼1	
【教養】国際政治学	1・2・3・4前後		2			○							兼3	
【教養】国際関係論	1・2・3・4前後		2			○							兼3	
【教養】平和学	1・2・3・4後		2			○							兼1	

科目区分	授業科目の名称	配当年次	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考	
			必修	選択	自由	講義	演習	実験・実習	教授	准教授	講師	助教	助手		
N G U 教 養 ス タ ン ダ ー ド 科 目	【教養】法学	1・2・3・4前後		2		○									兼4
	【教養】日本国憲法	1・2・3・4後		2		○									兼3
	【教養】経済学	1・2・3・4前後		2		○									兼2
	【教養】統計学	1・2・3・4前		2		○					1				兼1
	【教養】社会学	1・2・3・4前		2		○									兼4
	【教養】教育学	1・2・3・4前後		2		○									兼3
	【教養】哲学	1・2・3・4後		2		○									兼1
	【教養】心理学	1・2・3・4前後		2		○									兼1
	【教養】数学	1・2・3・4前		2		○									兼1
	【教養】物理学	1・2・3・4後		2		○									兼1
	【教養】化学	1・2・3・4前後		2		○									兼2
	【教養】地学	1・2・3・4前		2		○									兼1
	【教養】生物学	1・2・3・4前後		2		○									兼2
	【教養】環境学	1・2・3・4前後		2		○									兼2
	【教養】スポーツ健康科学	1・2・3・4前後		2		○									兼2
	【教養】スポーツ初級a	1・2・3・4前		1				○							兼5
	【教養】スポーツ初級b	1・2・3・4後		1				○	○						兼5
	【教養】スポーツ中級a	2・3・4前		1				○	○						兼5
	【教養】スポーツ中級b	2・3・4後		1				○	○						兼5
	まちづくり学	1・2・3・4前後		2		○				1					兼3 オムニバス
まちづくり演習	1・2・3・4後		2			○								兼2	
上級まちづくり演習	2・3・4後		2			○								兼1	
小計(73科目)	—	—	14	108	0	—	—	—	6	0	4	1	0	兼69	
専 門 科 目	基礎科目	ビジネス価値創造概論	1前	2		○			11	1	2	1			オムニバス
		経営学概論	1前	2		○			1						共同
		データ経営入門	1前	2		○			1		1				
		マーケティング概論	1後	2		○			1						
		流通概論	1前	2		○			1						
		経済学・経済政策	1後	2		○					1				
		簿記・会計学概論	1前	2		○			1						
		情報倫理	1後	2		○			1						
		小計(計8科目)	—	16	0	0	—	—	11	1	2	1	0	兼0	
	基礎科目	経営管理論	2前	2		○			1						
経営組織論		2後	2		○			1							
企業論		1後	2		○					1					
金融基礎論		2前	2		○					1					
経営法務		2前	2		○					1					
簿記A		1後	2		○			1							
簿記B		2前	2		○			1							
消費者行動論		2前	2		○			1							
イノベーション・マネジメント		2後	2		○			1							
ブランドマネジメント		2前	2		○			1							
マーケティング論Ⅰ		2前	2		○			1		1					
マーケティング論Ⅱ		2後	2		○			1		1					
マーケティング戦略演習		2前	2			○		1							※講義
プロダクトプランニング		2後	2		○			1							
マーケティングリサーチ		2後	2		○					1					
ロジスティクス		2前	2		○			1							
流通システム論	2後	2		○			1								
リテールマーケティング	2前	2		○			1								
eビジネス概論	1後	2		○			1								
eコマース概論	2前	2		○			1							※演習	
情報社会論	2前	2		○			1								
経営のための基礎数学	1後	2		○			1							※演習	
経営のためのプログラミング	2後	2			○						1			※講義	
小計(23科目)	—	8	38	0	—	—	8	0	2	1	0	兼0			

科目区分	授業科目の名称	配当年次	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考					
			必修	選択	自由	講義	演習	実験・実習	教授	准教授	講師	助教	助手						
専 門 科 目	経営	経営史		2		○			1										
		経営戦略論	3後	2		○			1										
		生産管理論	3後	2		○					1								
		中小企業論	3前	2		○					1								
		リーダーシップ論	3後	2		○											兼1		
		意思決定論	3後	2		○				1									
		サービスマネジメント	2後	2		○				1									
		国際経営	3前	2		○				1									
		アントレプレナーシップ	3前	2				○										兼1	
		スタートアップ実践	3後	2				○										兼1	
		工業簿記	2前	2				○										兼1	
		管理会計論	2後	2				○			1								
		財務諸表論	3前	2				○			1								
		財務諸表分析	3後	2					○		1								
		コンピュータ会計	3前	2					○									兼1	
		サプライチェーンマネジメント	3前	2				○			1								
		コンテンツビジネス論	2前	2				○				1							
		課題解決演習	2前	2					○			1						※講義	
		発展科目	マーケティング	マーケティング思考論	2後	2		○					1						
	ソーシャルマーケティング			2前	2		○				1								
	国際マーケティング			2後	2		○					1							
	リレーションシップマーケティング			3前	2		○					1							
	プロダクト開発			3前	2		○						1						
	マーケティングコミュニケーション			3後	2		○												兼1
	デジタルプロダクトプランニング			3前	2				○			1							※講義
	インターネットマーケティング			3後	2				○				1						※講義
	マーチャンダイジング論			3前	2			○				1							※演習
	マーケティングインテリジェンス			3前	2			○						1					※演習
	データドリブンマーケティング			3後	2			○						1					※演習
	プロモーション演習	2後	2					○			1						※講義		
	リテールマーケティング演習A	2前	2					○									兼1		
	リテールマーケティング演習B	2後	2					○									兼1		
	経営 分析 手法	経営データマイニング	3前		2		○							1				※演習	
		人事データ分析	3前		2		○				1							兼1	
		企業・会計データ分析	3後		2			○										※演習	
		経営統計学入門	2前		2		○				1							※演習	
		経営統計学	2後		2		○				1							※演習	
		経営データ分析基礎	2前		2				○			1						※講義	
		経営データ分析	2後		2				○			1						※講義	
		経営分析手法	3前		2				○			1						※講義	
		意思決定分析	3後		2			○				1						※演習	
	経営オペレーションズリサーチ	3後		2			○				1						※演習		
小計(42科目)		—	0	84	0	—	—	—	10	1	2	1	0			兼6			
専 門 演 習 科 目	ビジネス価値創造学習	1後		2		○				2							オムニバス(一部)、 ※演習		
	ビジネス価値創造演習 I	2前		2				○		2		1					※講義		
	ビジネス価値創造演習 II	2後		2				○		11	1	2	1						
	ビジネス価値創造実践 I	3通		4				○		11	1	1	1						
	ビジネス価値創造実践 II	4通		4				○		11	1	1	1						
	論文作成指導	2後		2				○		1		1							
	卒業論文	4後		2				○		11	1	1	1						
小計(7科目)		—	18	0	0	—	—	—	11	1	2	1	0			兼0			
小計(80科目)		—	42	122	0	—	—	—	11	1	2	1	0			兼0			

科目 区分	授業科目の名称	配当年次	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考	
			必 修	選 択	自 由	講 義	演 習	実 験・ 実習	教 授	准 教授	講 師	助 教	助 手		
自由 選択 科目	異文化理解科目 海外事情1	1・2・3・4前後		2		○			1						
	海外事情2	1・2・3・4前後		2		○			1						
	海外事情3	1・2・3・4前後		2		○			1						
	海外事情4	1・2・3・4前後		2		○			1						
	小計(4科目)	—	0	8	0	—			1	0	0	0	0	0	兼0
合計(157科目)		—	56	238	0	—			11	1	4	1	0	兼75	
学位又は称号		学士(経営学)		学位又は学科の分野		経済学関係									
卒業要件及び履修方法							授業期間等								
NGU教養スタンダード科目から必修14単位を含む34単位以上、専門科目(基礎科目、基幹科目、発展科目、専門演習科目)の内、必修42単位を含む80単位以上(但し、基幹科目は必修8単位を含む18単位以上、発展科目は経営、マーケティング、経営分析手法の各分野からそれぞれ4単位計12単位を含む18単位以上を修得すること)、自由選択(自由選択科目、NGU教養スタンダード科目及び専門科目の内、上記卒業要件単位数を超えるもの)10単位以上、合計124単位以上修得すること。 各学期(セメスター)の履修科目の登録の上限:24単位							1学年の学期区分				2学期				
							1学期の授業期間				15週				
							1時限の授業時間				90分				

授 業 科 目 の 概 要			
(経営学部データ経営学科)			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
N G U 教 養 ス タ ン ダ ー ド 科 目	キリスト教概説1	建学の精神として本学の教育を基礎づけるキリスト教の教えを学ぶ。すなわち、聖書の示す神観、人間観、世界観を学び、「人間とは何か」そして「人間がこの世界にあっていかに真実の生を生きるのか」という問題について考察する。	
	キリスト教概説2	歴史の中で実際にキリスト教会(キリスト者)がどのように世界の中で生き、活動したかを学ぶ。この講義には二つの方向性があり、一つ目はキリスト教が心の中で神を信じ安らぎを得るだけのものではなく、現実の社会を変革するために行動するものであることを知ることである。もう一つはそのような行動を生み出す思想(神学)を、本学のルーツであるメソジスト教会の創始者ジョン・ウェスレーから学ぶ。	
	聖書学	この講義では、ヘブライ語聖書(=旧約聖書)の天地創造から新約聖書のイエスの誕生までのエピソードを主題にした名画を取り上げ、その内容とともにそれぞれの絵画が描かれた時代の社会背景を理解することを通して、聖書と人間の関わりについて考察する。さらに授業では聖書の3宗教、すなわちユダヤ教、キリスト教、イスラームに目をむけ、「アブラハムの宗教」の歴史と、中世から現代に至る3宗教の相互関係についても学ぶ。	
	キリスト教倫理	1993年に発表された「地球倫理」は、現代の人類が抱えている問題を次のようにまとめた。平和の不在、生態系の破壊、性差別と児童虐待、貧富の差、宗教間暴力など。こうした諸問題は、キリスト教を含む諸宗教に、倫理的応えを要求する。「文明間衝突」(Samuel Huntington)の時代とも呼ばれる現代の社会において、キリスト教はこうした問題についてどのように対処すべきだろうか。本講義は、こうした問題を視野に入れながら、現代において要求されるキリスト教的倫理の可能性について講義する。	
	キリスト教史	本講義では、キリスト教の歴史をユダヤ教から始め、現代の諸教会まで歴史の展開に従って追っていく。「キリスト教の歴史」の中身は、主として「キリスト教会」の歴史(「教会史」と言う)と、「キリスト教の教え」の歴史(「教理史」という)と、キリスト教会で歌われた音楽の歴史(「教会音楽史」という)を扱う。	
	基礎セミナー	授業は演習形式で行う。本演習は、大学生活を有効に過ごすために必要な基礎的な素養を修得することを目的に、さまざまな社会現象を素材にして、自分の頭で考え、自分の言葉で表現できる能力と習慣を身に付けさせることを目指す。題材に関してはできる限り学生が身近に感じることのできる具体的な問題を取り上げ、レジュメの作成、発表・質疑応答を行う。	
	発展セミナー	「社会人基礎力」は、企業と学生との間の「身につけておいてほしい(おきたい)能力水準」の認識の違いを埋めるために生まれ、「前に踏み出す力」「考え抜く力」「チームで働く力」の3つの能力で構成され、「多様な人々と仕事をしていくうえで必要な基礎的な力」と定義される。本科目は、社会人として求められる「社会人基礎力」を習得することを目的とする。	
	キャリアデザイン1a	時代とともに大きく変換しつつある「職業を取り巻く環境」を的確に捉え、将来のキャリアを考えるにあたって、自分自身を知り、同時に社会の基本的なしくみや動きについても理解する必要がある。キャリアデザイン1aでは、社会の情勢変化を知ることからスタートし、さらに自分を取り巻く人間関係を交えて自分を振り返り、他者とのかかわりや社会の規範をふまえて自分を客観的に把握し、自分を深く知ることに取り組ませる。	
	キャリアデザイン1b	キャリアデザイン1aで学んだ「職業を取り巻く環境」と「社会的に見つめなおした自己」を再度見直し、将来のキャリアを考えるにあたって、自分自身を知り、同時に社会の基本的なしくみや動きについて、さらに深く理解を進める。キャリアデザイン1bでは、社会で求められる力とは何であるかを考え、常識力をアップさせることで、社会への対応力を身に付けさせることを目標とした学修を行う。具体的には論理的思考、推論、数的処理能力の向上をはかり、自己の適性についても考えさせる。	
	キャリアデザイン2a	本講義では、①キャリアに関連するテーマを扱った本に、描写・報告された人物の生き方を通して、キャリアに関する理解を深める。②「キャリアデザイン1a」で取り組んだ「自己と他者の理解」(自己分析や他己分析など)から内容をさらに深める。③インターンシップと就職活動:インターンシップと就職活動の現状を理解した上で、各自の興味・関心等に基づき業界・業種・職種等に関する調査と発表を行う。	
キャリアデザイン2b	本講義では、「大学生のエンプロイアビリティ」について学ぶ。「エンプロイアビリティ」とは、「雇用される(され続ける)力」を意味する言葉で、とくに大学生に関しては「学生が卒業後自らの素質を向上させ、社会的・職業的自立を図るために必要な能力」だとされている。大学生がそのスキルを試される大きな機会の1つに「企業インターンシップ」があり、インターンシップ参加に向けて、必要な知識とスキルの涵養を図る。		

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
N G U 教 養 ス タ ン ダ ー ド 科 目	ボランティア学	本講義は、まずキリスト教学の視点からボランティアを捉えるとともに、社会学や経済学からのアプローチも学び、ボランティア活動の学術的な意義を理解することを目的とする。また、「福祉」だけではなく、「被災地支援」「まちづくり」など各分野を横断的にとらえ、他者への理解、社会への関心を深めるとともに、ボランティア関係者をゲスト・スピーカーとして迎え、ボランティア実践の学び、気づきやボランティア活動への関心を高めたい。さらに、ボランティアセンターやボランティア・コーディネーターの必要性や役割についても触れ、ボランティア活動を支えるシステムの進化についても学修する。科目責任者は17 水野晶夫が担当する。 (オムニバス方式／全15回) (17 水野晶夫／6回) ボランティアにおける自己実現と社会貢献や、ボランティア・コーディネーターの役割と期待について講義する。 (33 神山美奈子／2回) ボランティアの役割を、災害事例を踏まえ講義する。 (34 黒柳志仁／3回) ボランティアとキリスト教との関係について講義する。 (35 山下匡将／4回) ボランティアと福祉の関係について講義する。	オムニバス方式
	ボランティア演習	ボランティアなどの公共的な社会活動に参加し、体験を通じて人間関係のあり方を学ぶとともに、社会に対する関心と人間関係形成に不可欠なルール意識を高め、社会の担い手側の視点を育むことを目的とする。オリエンテーション・事前学修、実習先の決定、中間報告、ふりかえりプレゼンテーション・事後学修を行う。実習期間の実習記録及び実習レポートの提出と合計20時間以上の実習時間を必須事項とする。	演習22時間 実習20時間
	インターンシップ1	企業や官公庁などで約2週間程度実際に就業経験をするにより、業界や仕事への理解を深める。実習プログラム以外に、事前学修・事後学修が用意されており、その成果を教育的観点から確かなものとする。実習期間中は、研修日誌の記録を義務づけ、実習後には、実習を通じて喚起した問題意識、関心、経験を今後の学修課題やライフプランにつなげていくことに重点を置いたインターンシッププログラムの総括的な意味合いをもつ事後学修も実施する。	
	インターンシップ2	企業や官公庁などで約2週間程度実際に就業経験をするにより、業界や仕事への理解を深める。実習プログラム以外に、事前学修・事後学修が用意されており、その成果を教育的観点から確かなものとする。実習期間中は、研修日誌の記録を義務づけ、実習後には、実習を通じて喚起した問題意識、関心、経験を今後の学修課題やライフプランにつなげていくことに重点を置いたインターンシッププログラムの総括的な意味合いをもつ事後学修も実施する。	
	情報処理リテラシー	「IoT」「ビッグデータ」といったキーワードに象徴されるような高度情報化社会では、ビジネスの第一線で活躍する社会人にとっては、情報処理の基礎知識と基本技能(すなわち、情報処理リテラシー)の習得が必須である。本授業では、情報処理における基礎知識(概念、仕組み、考え方など)および基本技法を学修する。情報処理に関するリテラシーレベルの能力が確実に身に付くために課題演習も実施する。内容はパソコン・インターネットの仕組み・操作法、テキストデータ(ビジネス文書など)の処理技法(Word)、数値データの処理技法(Excel)、情報表現技法(PowerPointプレゼン技法)、Web情報の収集発信、情報倫理などから構成される。	
	データサイエンスリテラシー	様々なデータを対象とする学問分野をデータサイエンスと呼んでいる。データサイエンスは多くの分野で注目され、例えば、調査・アンケートに基づく顧客の需要予測等がある。本授業では、データの収集・加工・処理、データの分析、分析結果の解釈とその活用というデータサイエンスにおいて重要な3要素について学修する。さらに、近年のデータサイエンス・AI分野の動向についても併せて学修する。	
	日本語表現	本授業では、大学での学修に必要な言葉の理解力、言葉を使って考える思考力、レポートや試験などで求められる表現力を身につける。さらに大学卒業後、社会人として必要とされる日本語で読み、書き、話す能力のレベルアップを図る。	
	実用日本語表現法	本授業では、必修「日本語表現」で学んだ日本語の表現について、さらなる知識の獲得と活用に重点を置いた科目である。言葉を使った活動や演習を通じ、敬語をはじめとした言葉の実際的な使い方を学び、意見文・報告文・通信文といった文章の書き方と表現を身につけ、実践的な日本語力の定着を目指す。	
	アカデミック日本語表現法	本授業は、言語表現能力の向上を図るために文章による表現の基礎を培う科目であり、今後卒業論文を書くことになる2年生以上を主たる対象とする。具体的には、レポートや論理的な文章の作成(作文)を通して、学術的なレポート・論文を書くための基礎的な論理的思考力・文章作成力を身につけることを目的とする。	
基礎英語1	本授業では、リスニングに重点を置いた教材を用い、様々な演習を通して、英語に関する基本的事項の確認とその定着をはかる。具体的には、vocabulary building, listening and dictation, comprehension questions等の活動を行う。またこれらの活動と並行して、インターネットを活用し、英語で書かれたHPを読み、課題に沿った情報を読み取り、ファイルのまとめる活動を行う。		

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
N G U 教 養 ス タ ン ダ ー ド 科 目	基礎英語2	本授業では、「基礎英語1」に続きリスニングに重点を置いた教材を用い、様々な演習を通して、英語に関する基本的事項の確認とその定着をはかる。具体的には、vocabulary building, listening and dictation, comprehension questions等の活動を行う。またこれらの活動と並行して、インターネットを活用し、英語で書かれたHPを読み、課題に沿った情報を読み取り、ファイルのまとめる活動を行う。	
	英会話1	本授業は、「日常生活の身近な場所では会う外国人や外国人旅行者とのコミュニケーション」をテーマに、実践的な英会話力を伸ばすことを目標とする。英語の表現を「知っている」だけでなく、実践で「使える」ようにするため、シンプルな表現を繰り返し練習して定着させる。	
	英会話2	本授業は、「英会話1」に続き「日常生活の身近な場所では会う外国人や外国人旅行者とのコミュニケーション」をテーマに、実践的な英会話力を伸ばすことを目標とする。英語の表現を「知っている」だけでなく、実践で「使える」ようにするため、シンプルな表現を繰り返し練習して定着させる。	
	実用英語1	本授業は、4技能(スピーキング、リーディング、リスニング、ライティング)を総合的かつ実践的に高めていくことを目標とする。授業ではペアやグループでの会話練習や口頭発表などを通して、できるだけ多く英語で話す機会を設ける。	
	実用英語2	本授業は、「実用英語1」に続き4技能(スピーキング、リーディング、リスニング、ライティング)を総合的かつ実践的に高めていくことを目標とする。授業ではペアやグループでの会話練習や口頭発表などを通して、できるだけ多く英語で話す機会を設ける。	
	情報英語1	本授業では、インターネット上のさまざまな情報を用いて、英語による情報交換・情報検索・情報発信をするための基礎的な能力を身に付ける。具体的には、インターネット上から入手可能なバラエティに富んだ英文を読解したり、電子メールをやりとりしたり、検索サイトを使って調査を行ったり、プレゼンテーションを練習する。また、パソコン以外の機器を利用する授業では、映像や音声素材として、より実践的に英語を運用するために必要な能力が身につくよう展開する。	
	情報英語2	本授業では、「情報英語1」に続きインターネット上のさまざまな情報を用いて、英語による情報交換・情報検索・情報発信をするための基礎的な能力を身に付ける。具体的には、インターネット上から入手可能なバラエティに富んだ英文を読解したり、電子メールをやりとりしたり、検索サイトを使って調査を行ったり、プレゼンテーションを練習する。また、パソコン以外の機器を利用する授業では、映像や音声素材として、より実践的に英語を運用するために必要な能力が身につくよう展開する。	
	TOEIC英語1	本授業では、短時間で大量のリスニング問題・リーディング問題を解くために、処理効率を高めることを第1番目の目標とする。その目標を達成するために、処理効率を高めるために有効的な学習方法である各種のストラテジー習得を目指す。	
	TOEIC英語2	本授業では、「TOEIC英語1」に続き短時間で大量のリスニング問題・リーディング問題を解くために、処理効率を高めることを第1番目の目標とする。その目標を達成するために、処理効率を高めるために有効的な学習方法である各種のストラテジー習得を目指す。	
	ドイツ語1	本授業は、実際にドイツ語圏の国々を訪れた時のことを想定し、旅行や日常会話に必要なドイツ語の表現や語彙を身につける。また、ドイツ語学習を通じて、ドイツ語圏の国々や異文化に対する理解と関心を深める。	
	ドイツ語2	本授業は、「ドイツ語1」に続き実際にドイツ語圏の国々を訪れた時のことを想定し、旅行や日常会話に必要なドイツ語の表現や語彙を身につける。また、ドイツ語学習を通じて、ドイツ語圏の国々や異文化に対する理解と関心を深める。	
	フランス語1	本授業では、つづり字と発音のルール、基本的な動詞の活用ルール、冠詞・名詞・形容詞の仕組みといったフランス語文法の基礎及び日常よく使う定型表現を身につけていく。	
	フランス語2	本授業では、「フランス語1」に続きつづり字と発音のルール、基本的な動詞の活用ルール、冠詞・名詞・形容詞の仕組みといったフランス語文法の基礎及び日常よく使う定型表現を身につけていく。	
	スペイン語1	本講義では、スペイン語の基礎を習得するため、スペイン語の発音に慣れ、基本的な挨拶表現と現在時制を用いた自己表現ができるようになることを目標とする。	
	スペイン語2	本授業では、「スペイン語1」に続きスペイン語の基礎を習得するため、スペイン語の発音に慣れ、現在時制を用いた基本的な自己表現ができるようになることを目標とする。	
	中国語1	本授業では、日常生活の中に必要な中国語の会話や文章作成を基礎から学ぶと同時に、中国事情の紹介を通して、日本と中国の文化の違いへの理解を深める。	
	中国語2	本授業では、「中国語1」に続き日常生活の中に必要な中国語の会話や文章作成を基礎から学ぶと同時に、中国事情の紹介を通して、日本と中国の文化の違いへの理解を深める。	
	韓国語1	本講義では、日常会話ができる程度のコミュニケーション能力を身につけることを目指す。基礎文法の学習だけではなく会話の練習や平易な文章の講読も行ないバランスよく韓国語を学んでいく。	
	韓国語2	本授業では、「韓国語1」に続き日常会話ができる程度のコミュニケーション能力を身につけることを目指す。基礎文法の学習だけではなく会話の練習や平易な文章の講読も行ないバランスよく韓国語を学んでいく。	

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
N G U 教 養 ス タ ン ダ ー ド 科 目	【教養】日本史	小学校から高等学校まで、すでに日本の歴史は何度も学修してきているが、ややもすればそれは断片的な歴史的事象の年次的羅列に陥りがちである。本講義では、歴史が原因と結果の連鎖であることを学生諸君が意識できるように、とくに政治と社会の歴史を中心に講義を進めていく。また、日本史の講義ではあるが、アジアを中心とする国際社会との関わりもできる限り視野に入れる。	
	【教養】世界史	本講義は、各時代ごとの世界各地の状況を概観すると同時に、グローバル化が進んでいる現代世界の情勢を踏まえて地域間の関係についても言及する。具体的には、ヨーロッパや中国(東アジア)に偏重した従来の世界史とは異なり、それぞれの時代のほかの地域(西アジア、中央アジア、南アジア、東南アジア、アフリカ、アメリカ、オセアニア)の状況についても取り扱う。	
	【教養】日本文学	本講義では、物語文学を中心に、平安時代から江戸時代までの日本の古典文学を扱い、日本古典文学についての基礎的な知識を身につけることを目指す。はじめに日本文学史の流れをおおきく捉えたいうえで、各時代の特徴的な文学ジャンルを取り上げる。毎回具体的な作品・テーマを取り上げ、それがどのように継承され、変貌していったのかを、歴史的・文化的な視点を交えながら読み解いていく。	
	【教養】外国文化論	本講義は、英米文化について論じるが、現代世界に及ぼす影響力の大きさから、アメリカを中心に語ることになる。文化とは人間の営みの総体であるが、時代を象徴する個人が新しい文化の潮流を主導する面もある。戦争や革命など巨大な政治変動に飲み込まれ、文化が変容することもある。本講義では全体としてはアメリカ文化の展開を時代順に論じることになるが、特に後半は一個人に焦点をあてることも多くなり、また、テーマによっては時代を数世紀も遡ることがある。	
	【教養】文化人類学	本講義では、文化の多様性と普遍性を追求する文化人類学の学術的アプローチについて、世界の多様な文化を取り上げながら学んでいく。まず文化人類学の基本的な研究概念と研究方法について扱い、次に文化人類学的トピック(生業と暮らし、家族、婚姻、信仰、など)を、文化人類学の基礎的研究を参照しながら確認する。	
	【教養】陶芸論	日本の焼き物の歴史、そして日本でも有数の焼き物産地が集積する東海地方にある本学として、地域社会の歴史との関係性も含めて理解を深める。次に地域環境と密接に関係する焼き物の素材を理解し、限られた条件の中でも実際に触れてみることも含め、焼き物が生まれてゆく工程を体験する。また、焼き物の文化的側面をテーマに据えて、茶の湯・食文化などから、日本の独自性や世界との比較を通じて多文化理解の深化に繋げる。さらには、刻々と変わってゆく世界の情勢の中で、日本の文化である「陶芸」がどのように生活の中にあり続け、世界の中で存在感を示してゆくかを考察する。	
	【教養】陶芸演習	やきものづくりの技術は色々あり、簡単なものから難しいものまで様々である。しかし、技術は道具の一種であり、技術がものをつくるわけではない。作者が何をつくりたいのか、それを助けるのが技術であり、無い場合には新しい技術を開発するのである。本科目では、実習形式により、やきものづくりの楽しさ、厳しさに触れるとともに、やきものに関する自分なりの見方や考え方を身に付ける。	
	【教養】政治学	ますます複雑性を増大させている現代においては、「政治」という現象を読み解くためには、それを分析するための基礎的な概念(理論)とその現状についての基礎的な知識(実態)を組み合わせ、使いこなすことが必要となる。この「理論」と「実態」についての、政治学における知見(学問的蓄積)を学ぶことで、「政治」という現象に対する「政治学的な分析視角」を獲得することが本講義の第一の目標である。	
	【教養】国際政治学	本講義では、国際社会における様々な事象を、国家間関係を中心に分析し、国際社会の構造と動きについて学ぶことを目的とする。現在の国際社会に見られる事象の背景にあるもの、つまり、国際社会の歴史を見ることにより、現在の世界で起こっているさまざまな問題の分析と考察を行なっていく。	
	【教養】国際関係論	本講義では、日本での生活がどのように国際社会の諸問題と関係しているのかについてをアジアとの関係において考えていく。国際関係論のなかでも特に第三世界(主にアジア、アフリカ、南米をさす)の社会構造に注目する「第三世界論」を中心に、その理論および実際の国々の現状をアジアを中心に分析して、日本との関係を考えていく。	
【教養】平和学	本講義では平和にかかわるさまざまな問題を紹介し、それらについての考え方を身につける。日本社会、そして国際社会が抱えるさまざまな問題に対する関心と問題意識を持つこと、そしてそうした問題に対して自己の専門的見地から自己の見解を適切に確立できることを目的とする。		
【教養】法学	本講義は、日常生活で行う活動や生じうる問題など日常生活における具体的な場面を想定して、それらの活動や問題に「法」という視点から光を当てることをテーマとする。本講義では、新聞やニュースなどにより取り上げられた具体的な事件、社会問題を素材として、法的にどのような点が問題となるのか、そして裁判において争われている場合には裁判所がどのような判断を下したのかを確認したうえで、その判決が社会や私たちの生活にどのような影響を与えるのかを分析・検討する。これらのことを通じて、社会において法がどう在るべきかについて考察していく。		

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
N G U 教 養 ス タ ン ダ ー ド 科 目	【教養】日本国憲法	本講義では、「日本国憲法」が定めている規範が意味する内容を解説していくこととなるが、その際には、憲法の仕組みを、ただ単に知識として知るだけでなく、それがどうして今あるようなかたちになっているのか、その理由を視野に収めることによって、奥行きをもって理解できるようになることを目指す。そのための素材として、憲法の理念・構造の背景にある欧米の歴史や社会思想なども取り上げる。	
	【教養】経済学	本講義では、「経済の基本的な仕組み」と「戦後の日本経済の推移」について教養レベルの講義を行う。講義では、まず、様々な経済指標の見方について学習した後、戦後の日本経済の推移について見ていく。次に、金融と財政の仕組みについて学修した後、金融政策と財政政策の役割について考察する。さらに、現在の日本経済における課題である、労働市場の構造変化と所得格差、人口減少と社会保障、財政健全化、地方創生及び構造改革等について学修する。	
	【教養】統計学	統計は、日常生活でも、学問の場面でも、ビジネスの場面でも、さまざまなところでみられる。人々は、単純な印象によって誤った判断することがあり、物事を客観的に判断するためには統計の知識が必要となる。本講義では、ビジネス上の意思決定に用いられる統計にまつわる数字の扱い方を取り上げる。それらを通して、客観的で論理的な思考法を養う。	
	【教養】社会学	本講義では、社会学の歴史や基本的な分析ツール(理論と方法)をおさえたうえで、「社会とはなにか」という問いに答えるために必要となるおもなテーマ・領域を概観することで、現代の社会を社会的な視点から捉える発想法・思考法を学ぶ。社会学のあつかうテーマは、家族、ジェンダー、社会階層、都市、消費、健康、宗教、グローバリゼーションなど多岐にわたるが、本講義ではこれらのうちのいくつかを取り上げ、受講生の社会的な問いを拓いていく。	
	【教養】教育学	本講義では、義務教育や学校教育のみを対象とするのではなく、家庭教育や社会教育、幼児教育等視野を広くし、多様な教育に焦点を当て、じっくり立ち止まって考えたい。「教育」はどのような意味を持った行為であるのかを共に考察し、「教育」という出来事が起こる状況において見通しを持つことができるようになることを目指す。	
	【教養】哲学	本講義は、始めて哲学を学ぶ者のために哲学の諸問題を説明し、「哲学的な考え方」に慣れさせる。それによって、常識的な思考の多くが時代や地域性に制約されたものであること、ときには先入見にすぎないことを理解させ、世界観や人間観に関する多様性を考えさせる。とりわけ形而上学の基礎を考えさせることによって、科学的な考え方、宗教的なものの見方の意義と制約について修得させる。	
	【教養】心理学	本講義では、心理学の歴史に触れ、様々な領域について概観し、現代の心の問題や人とのかわりについて理解していく。具体的には、①心理学の様々な領域を概観し、心のはたらきに関わる基礎的知識を学ぶ②基礎的心理学から応用心理学を幅広く学び、現代の心理学に関わる知識を理解する③人間関係や心の健康の観点から、現代社会における心の問題について理解するという3つの目的をもって講義を進めていく。	
	【教養】数学	本講義では、数のいろいろな範囲について、その明確な意味を明らかにし、どのように「数」の概念が拡大されてきたかを見るときにも、「無限」というものの扱い方についても考える。それを通して、一段高い視点から客観的に自らを見つめ、論理的に考えることができる力を養う契機とする。	
	【教養】物理学	本講義では、生活の中にあふれている電気や磁気の性質、地震波、水波、音、光などのいろいろな波、日常に起こる物体の運動や様々なエネルギーの現象、さらには放射線などを説明しながら進めていく。	
	【教養】化学	本講義では、日本と世界の過去から将来にわたっての化石燃料に関わるエネルギー事情について述べるとともに、化石燃料がガソリンなどの石油製品になるまでにはどのような精製過程を経るのかについて解説する。また、石油化学工業で産み出されるプラスチックや合成繊維、合成ゴム、さらには医薬品、農薬等のファインケミカルの各業種についても説明する。その後、化石燃料に代わる将来のエネルギー源としての自然エネルギーや核エネルギーの利用の現状、および克服すべき課題について説明する。最後に、人間の産業活動に伴って発生する地球環境問題についても触れ、21世紀の地球環境を守っていくための課題について述べる。	
【教養】地学	本講義では、地球の成り立ち及び地球の地層や地質について学び、実際に観察などを通して、地球に対する総合的な見方や考え方を養う。近年では、地球科学分野の発達にともなって、地球そのものの解明手段も精細なものになってきている。例えば、地震波の研究、地磁気の研究、岩石鉱物の研究、地殻熱流量の研究といった分野の研究が発展するにつれて、新しい地球の活動像が見いだされてきている。本講義では、地球科学の基礎を紹介するだけでなく、最新の地球科学情報、さらに中部地域・愛知県(白鳥キャンパス周辺・瀬戸キャンパス周辺)特有の自然をもちこみ、これまでの地球科学史の変遷を紹介する。		
【教養】生物学	動・植物の違い、細胞の多様性・共通性、生命の連続性、遺伝の仕組み、環境と動・植物の反応、生命・生命現象と物質の関係、生物の特殊性・特異性や曖昧性をもとに生物(人間)に共通する諸器官系及びバイオテクノロジー技術を含め解説し、人間とは何かを理解させる。		

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
N G U 教 養 ス タ ン ダ ー ド 科 目	【教養】環境学	本講義では、持続可能な社会のための環境・経済・社会の政策統合を念頭に、環境政策に関する国際的な議論の動向を概観し、日本における環境問題の変遷や法制度について、また合意形成の過程での市民参加や協働の意義について解説する。さらに実務の現場で行われている地球温暖化対策の具体的な事例を取り上げ、環境問題の現状と課題について講義する。	
	【教養】スポーツ健康科学	世界保健機関WHOは、「健康とは、単に病気あるいは虚弱でないというだけでなく、肉体的、精神的、社会的に完全に良好な状態である」と健康を定義している。健康とはいったいどのようなことか。よく耳にする病気やクスリはどのようなものなのか。スポーツと健康にはどのような関連性があるのか。セルフメディケーションとはどんな意味なのかなど、本講義では知っておきたい健康・スポーツに関する内容について、最新の知見も紹介しながら、分かりやすく説明する。	
	【教養】スポーツ初級a	本授業は、生涯スポーツの要素が強く個人又は少人数で実施可能な種目について、初心者レベルを対象に実技形式で実施する。種目は、テニス、卓球、バドミントン、バスケットボール、バレーボール、スノースポーツから選択する。	
	【教養】スポーツ初級b	本授業は、生涯スポーツの要素が強く個人又は少人数で実施可能な種目について、初心者レベルを対象に実技形式で実施する。種目は、テニス、卓球、バドミントン、バスケットボール、バレーボール、スノースポーツから選択する。	
	【教養】スポーツ中級a	本授業は、生涯スポーツの要素が強く個人又は少人数で実施可能な種目について、ある程度基礎的な技術を持つ者を対象に実技形式で実施する。種目は、テニス、卓球、バドミントン、バスケットボール、バレーボール、スノースポーツから選択する。	
	【教養】スポーツ中級b	本授業は、生涯スポーツの要素が強く個人又は少人数で実施可能な種目について、ある程度基礎的な技術を持つ者を対象に実技形式で実施する。種目は、テニス、卓球、バドミントン、バスケットボール、バレーボール、スノースポーツから選択する。	
	まちづくり学	本講義は、商店街を中心にそれに関連する地域コミュニティを対象として、講義形式で商店街の歴史や施策、現況やそれを取り巻く環境を概説し、地域活性化の方向性や社会的意義の基本的理解を得ることを目的とする。特に、エアマネジメントやまちづくり施策との関連性を中心にその成功事例を取り上げて、商店街活性化に必要な資源や施策について考察する。また、名古屋学院大学が実践するCOC事業の学修を進めるとともに、事業参加の機会についても検討したい。科目責任者は17 水野晶夫及び54 澤田景子が担当する。 (オムニバス方式／全15回) (1 杉浦礼子／4回) 地域イノベーションをもたらす、地域資源に価値を付加するアプローチについて講義する。 (17 水野晶夫／7回) まちづくりについて事例研究を踏まえ講義する。 (32 濱満久／4回) 小売業の視点からまちづくりを講義する。 (本科目は年間3回開講し、1回は上記の通りオムニバスにて開催し、2回は、54 澤田景子が全15回を単独で担当する。)	オムニバス方式
	まちづくり演習	本科目は、地域コミュニティを対象として、演習形式で地域の活性化の方向性や社会的意義の基本的理解を得るとともに、フィールドワークやプレゼンテーションなどの機会を持ち、実践力を養う。そして地域についての基本的な理解を深めるとともに、地域と社会貢献の関係性やまちづくり活動との関連性について理解できる人材を育成することを目標とする。また、実践を通じて社会人基礎力の向上を目指す。	
	上級まちづくり演習	まちづくり学、まちづくり演習で得た知識や体験を基礎として、受講者自らが愛知県の地域資源について考える。大学が地域と関わり学生が参加する手法を考え、愛知県の地域資源を活かした地域づくりの可能性を探る。座学や演習で得た知識・体験を踏まえ、広い視野で地域を考える力を身につけるとともに、具体的な課題解決に取り組むことのできる人材を育成することを目標とする。	

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
専門科目 基礎科目	ビジネス価値創造概論	<p>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ている今、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修を進めるために、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水先案内人となり講義を進める。科目責任者は1 杉浦礼子が担当する。(オムニバス方式／全15回)</p> <p>(1 杉浦礼子／1回) シラバスに基づいた科目説明および、本学科での学び「ビジネス価値創造とは」について講義する。また、イノベティブ人材をはじめ社会から求められている人材や本学科のカリキュラム構成についても説明する。</p> <p>(2 高木直人／1回) 経営学は、社会科学の中でも20世紀に成立した、比較的新しい学問分野である。経営学が、企業が直面する様々な課題を、学際的な理論や研究によって多角的に分析しようとする学問である意味を考え、さらに、経営学とは意思決定である意味も考える。</p> <p>(14 石原俊之／1回) 経済学は、世の中の複雑な経済事象をなるべくシンプルにモデル化して読み解こうとする学問である。経済事象を把握し、企業活動に対する影響を考えることは、意思決定者に必要な知識である意味を考える。</p> <p>(3 小谷光正／1回) 他の小売業者よりも競争優位に立つためには、小売業者は、どのように品揃え、価格、販売促進、立地等の小売マーケティング・ミックスを最適に組み合わせる意思決定を行うのか等、リテールマーケティングの学修内容を示し、どのように学修し、どのように活用できるのかについて講義する。</p> <p>(7 永田守男／1回) 会計は経済主体の合理的な管理・運営のために、必要な会計情報を提供する役割を持っている。情報利用者(意思決定者)の情報ニーズに従い、意思決定に有用な会計情報を提供することの意味を考える。</p> <p>(8 伊藤昭浩／1回) インターネットが社会経済に与える影響について、企業・消費者活動の変化や新しいビジネスモデル、先進事例などをはじめとする国内外の経済・企業活動の実際から社会的側面の視点をもって解説する。</p> <p>(9 齋藤邦彦／1回) 企業で活用されるデータサイエンスは、これからの社会で求められる力であり、リテラシー教育として学ぶことが求められている。経営、会計、金融、マーケティング分野など幅広い業種・職種での活用が期待されるデータサイエンスの概要をわかりやすく説明し、関連科目についてのガイダンスも行う。</p> <p>(4 宇野民幸／1回) 経営に関わるデータなどの定量的な側面について、基礎的な論理や統計による表現を活用することより、日常や社会における現象の傾向や動向の一面も分かりやすく理解をして、考察をしたり推論をおこなう学びの方法を紹介する。</p> <p>(6① 五藤寿樹、6② 松下真也／1回) 顧客や会計データをはじめとする各種データを用いた経営分析に用いるプログラミングの有用性について事例とともに紹介して興味・関心を喚起し、理解を促す。</p> <p>(5 程鵬／1回) 意思決定問題に最適解を求める手法であるオペレーションリサーチは、企業をはじめとする組織の日常業務における様々な場面で使われている。経営管理手法として、オペレーションリサーチがなぜ必要なのかについて解説する。</p> <p>(13 山口翔／1回) 社会におけるデジタル・ネットワーク化が進む中で、書籍・映像・音楽・ゲームなど、様々なコンテンツを活用したビジネスの変容について、解説を行う。</p> <p>(11 三輪冠奈／1回) 産業や社会などの課題解決にシミュレーションが活用されるようになってきた。経営課題において、それらの活用方法や必要性について解説する。</p> <p>(12 水野清文／1回) 経営管理とは、大規模化・複雑化した企業活動を効率化するためのマネジメント(管理)である。経営管理は、生産管理、販売管理、人的資源管理、財務管理などに分類できる。こうした分類とそれぞれの概要について説明する。</p> <p>(15 松本義宏／1回) マーケティングリサーチは、意思決定をするための根拠を科学的な方法によって導き出す活動である。マーケティング課題を発見し、その解決方法を導くためのデータの分析から、マーケティングにおける意思決定に必要な知識であること、関連科目についてのガイダンスを行う。</p> <p>(10 岡本純／1回) マーケティングとは、企業を取り巻く環境が大きく変化していく中で顧客、依頼人、パートナー、社会全体にとって価値を提供する活動であり、幅広い活動領域がマーケティングには含まれていることを説明する。また、この講義の最終回であることから、総括として本学部における学問分野、体系を理解し、効果的な学修を収めることができるよう説明を加える。</p>	オムニバス方式

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考	
専門科目	基礎科目	経営学概論	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修し、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	不確実要素が多い外部環境のもと経営している現代の企業では、データを読み取り経営に生かすことができる人材が求められている。本科目では、企業経営に必要な様々なデータの活用法について触れる。また、データを企業の経営戦略や意思決定に生かす方法について企業事例を交えて説明する。経営分析手法に関する科目を学ぶ入口に位置づく科目である。	共同
		マーケティング概論	本科目は、マーケティングの入門的な理論および戦略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涵養することを到達目標とする。基本的な理論と戦略を学修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	生産と消費の懸隔を埋め、経済的価値を創出する活動は、流通と呼ばれ、経済活動と密接に関わっている。流通の体系は、商品流通、資金流通、物的流通、情報流通が相互に関連一つの体系として行われる。個々のメーカー、卸売業、小売業が取引を基礎として、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る。本科目は、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	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、一国全体や国同士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	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修する。本科目では、簿記・会計の基本となる考え方や方法、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。	
	基幹科目	情報倫理	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。ブログの炎上、企業による情報漏えい、ステルスマーケティングやアフィリエイトプログラム等に関する騒動など近年、情報化に起因すると考えられる多種多様なトラブルがさらに顕在化されているが、こうした実際や課題についても紹介する。	
		経営管理論	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のかを検討する。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、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	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か説明を行い、組織論の歴史的発展の流れに関しても説明を行う。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。	

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
専門科目 基幹科目	企業論	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、さらには企業と地域社会の関係についても、理論的な話だけではなく、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	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修する。これからの時代、個人でも、株式投資や年金運用のためには金融の知識や思考が欠かせない。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	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。創業から株式上場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、諸制度、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、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	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不十分・不合理なのか、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	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修し、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)レベルの学修範囲とし、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	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ている。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、買い物行動、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	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も有しており両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養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	今やブランドは高級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最寄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用である。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。	

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考	
専 門 科 目	基 幹 科 目	マーケティング論Ⅰ	現代企業におけるマーケティングの重要性は益々高まってきている。本科目では、マーケティングの定義の変遷から現代に至るまで企業においてマーケティングがどのように捉えられてきたのかを概説する。具体的には、基礎理論から戦略、さらにマネジリアル・マーケティングのみならずソーシャル・マーケティング、グリーン・マーケティング、関係性マーケティング、グローバル・マーケティングなど、現代社会におけるマーケティングに欠かせない考え方についても言及する。現代の企業活動の中心となるマーケティングについて、顧客創造の観点から幅広く捉え、如何なるものかを理解する。特にマネジリアルマーケティングにおける4P(4C)の製品や価格に関するマーケティング活動について概説する。製品においては製品概念構造や製品開発・政策、価格については企業の価格設定を経済学、心理学の観点を踏まえ説明する。	
		マーケティング論Ⅱ	本科目では、科目「マーケティング論Ⅰ」の続きとしてマネジリアルマーケティングにおける4P(4C)の流通・場所やプロモーション・コミュニケーションを中心にマーケティング活動について概説する。具体的には、マーケティングにおける流通理論や戦略、さらにプロモーション・コミュニケーションでは、マスメディア(TV、ラジオ、新聞、雑誌)に加えてソーシャルメディア(SNS、ブログ)などのコミュニケーションが主体になってきた点を踏まえ、現代社会におけるマーケティングに欠かせない新しいコミュニケーションの手法についても言及するとともに、OOHやサイネージなどの新しい屋外広告や看板、DMなどについても理解を深める。また、マーケティング4.0や5.0にも触れ、現代社会や未来社会におけるマーケティング活動の在り方や効果的について理解を深める。	
		マーケティング戦略演習	本科目では、マーケティング分野で学修したマーケティングの基礎的理解をもとにして、代表的なマーケティングの7つの戦略手法であるSWOT(TOWS)分析、PEST分析、5フォース分析、3C分析、バリューチェーン分析、4P分析、STPのマーケティング戦略に関する理論や分析手法をケーススタディを通して理解する。そして、学生自らがインターネット、書籍、雑誌記事などを通して、企業のマーケティング(製品、価格、流通、プロモーション活動)戦略における成功・失敗理由をマーケティングの分析方法を用いて考察する。	講義10時間 演習20時間
		プロダクトプランニング	メーカーは、価値形成をなす活動として、製品政策を行っている。メーカーのマーケティングミックスの中でも優れた製品を開発することは、企業の原動力となる重要な活動である。メーカーにとって、消費者ニーズにあう製品をいかに開発するかという製品の開発プロセスは、製品政策の中心となる活動である。アイデアを生み出し、製品のコンセプトをつくりだし、どう市場に導入されるかを考えることは、まさに重要である。本科目では、新製品の計画、アソートメントとしてどのように品揃えされるのか、製品のライフサイクルに応じたマーケティング、製品政策と他のマーケティング・ミックスたとえば経路政策、価格政策、販売促進政策との関わりなどを講義する。	
		マーケティングリサーチ	マーケティングリサーチとは、企業が動的なマーケティング環境の中で、企業のあらゆるマーケティング課題に対して、有効な意思決定をするための根拠を科学的な方法によって導き出す活動である。マーケティング課題は、企業の事業活動の全体に及ぶといっても過言ではない。よって、それらを解決するための手助けとなるマーケティングリサーチは非常に重要なものといえる。本科目では、マーケティングリサーチの役割を理解し、さらに調査方法、調査票の作成、サンプリングの問題、データ処理とその分析を通して、企業のマーケティングにおける意思決定に欠かせないマーケティングリサーチの基礎的知識を修得する。さらにマーケティング課題を発見、解決するためのスキルを身につけることを目標とする。	
		ロジスティクス	現代の企業活動におけるロジスティクスは、多頻度少量配送や納期の短縮化など顧客ニーズに応えることで顧客満足を向上させつつ、環境にも配慮しながら企業価値を向上させる仕組となることを目指している。同時に、「全体最適化」を図り合理化・効率化を実現してコストを削減することで利潤拡大をもたらす経営戦略としても注目されている。本科目は、ロジスティクスを取り巻く環境や政策、理論のほか、物流機能、ロジスティクスシステムについて学ぶ講義科目である。時流のロジスティクスに関連する用語を理解し、革新的な企業戦略事例を取り上げ考察することで、当事者意識をもってロジスティクスを捉えることができることを到達目標とする。	
		流通システム論	流通を商品流通、物的流通、情報流通という三位一体として捉え、流通を一つの体系として考える。1980年代、日本の流通システムに対して、諸外国から批判を浴び、日本の流通システムに対して改善を求められた時期があった。流通システムは、流通の構造の問題、取引慣行をもとにした取引関係、流通規制等に分けられる。本科目では、なぜ日本の流通は、問題視されたのか、複雑で不透明な商慣行などどのように改善され、望ましい慣行や規制が形成されるのか等講義する。小売業者、卸売業者は、品揃えをはじめとした行動により、望ましい流通システムが形成されるか、まちづくり3法をはじめとした望ましい公的規制の在り方についても講義する。	

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
専門科目	リテールマーケティング	小売業は、外部環境に適応し、顧客のニーズに合わせた最適なマーケティングミックスを店頭で行っている。小売業者は、顧客の満足をはかり、顧客の維持・管理を行い、顧客に継続して来店してもらう政策を行っている。本科目は、小売業者は、店頭で品揃え等の商品構成を考え、どのように価格設定・管理を行い、どのような広告宣伝活動をはじめとした販売促進活動を行い、どのように商圏範囲を確定し、出店場所を選定していくのかについて講義する。商工会議所主催のリテールマーケティング検定試験の試験科目の重要事項について詳述し、解説し、理解を深めることとする。小売業の実際企業の事例を通して、どのように理論が適用されているのかを講義する。	
	eビジネス概論	本科目は、国内外のeビジネスの実際を学び、これからの企業・ビジネスの在り方を捉えていくことを目的とする。現在の企業活動では、企業の生産活動はもちろん、顧客への製品やサービスの提供にもコンピュータと通信の活用は不可欠になっている。インターネットの進展、あるいは通信技術の進展によって成長した経済基盤が従来のビジネスモデルの再検討を迫り、またビジネスモデルを革新し続けている。本科目では、新デジタル時代における国内外の企業・ビジネス活動の実際を学び、新しいビジネスモデルを活用・援用できる基礎知識について学ぶ。	
	eコマース概論	本科目では、消費者と企業の視点から電子商取引(eコマース)の基本知識や効果的な活用方法などを取り上げる。電子商取引の経済社会への影響はきわめて大きい一方、多くの課題が存在しているため、その解決策や事例研究など電子商取引の現状と今後の動向、基礎理論を理解するとともに、インターネット上で商品売買を行うための基礎について学ぶ。	講義20時間 演習10時間
	情報社会論	本科目は、本格化した新デジタル時代において、現在進行形にある技術革新がどこに向いつつあり、既存の社会経済をどのように変容させているのかについて理解することを目的とする。ここでは、情報技術が社会経済に与える影響について、情報技術の歴史と動向、情報技術がもたらす社会変革、情報政策、企業・消費者活動の変化、プライバシーとセキュリティなど、社会的側面から幅広い視点で学ぶ。	
	経営のための基礎数学	本科目では、ビジネスや社会で利用される数量の表現について、その背景にある論理性や集合の考え方、演算や関数などについての理解を確かにして、数学的に処理をしたり考察したり表現をすることができる基礎力を身につける。そして、経営に活かすための基礎的な線形代数や微分積分の考え方の理解をして、数量による処理や解析ができる知識と技能を身につけることを目的とする。	講義20時間 演習10時間
	経営のためのプログラミング	本科目は、経営データを分析する際に汎用的に用いられているExcelおよびExcelのマクロ言語(VBA)の学習を通して、プログラミングとデータ分析の基礎能力を培う。データをコンピュータ上で扱うためにどのような形にしたらよいか、どのような場合にプログラミングを用いたらよいかなどを学び、解決すべき問題に対応したプログラムの作成方法や利用方法の基礎を身につけることを目的とする。	講義14時間 演習16時間
発展科目	経営史	本科目では、「日本の経営」や「日本の経営システム」と呼ばれるものが、如何なる歴史的過程を経て形成されてきたのかを学修することを目的とする。日本の企業経営の発展過程を学ぶことで、経営にとって大切な基本的知識を理解することができるからである。特に、近世から現代に至るまでの日本の経営システムがどのように形成されてきたのかを、それぞれの時期の経済状況などを踏まえつつ、当時の主要な産業や企業、およびそこで活躍した経営者などにスポットを当てながら講義を進める。具体的な事例を通じて、企業の経営システムの変遷について学ぶ。	
	経営戦略論	本科目は、経営学における中核的科目の一つである経営戦略の理論と実践について考えることを目的とする。経営戦略は、企業経営の重要なテーマとして捉えられている。本科目では、経営戦略における基礎理論の修得を到達目標とする。特に、①経営戦略の実践性を加味した理論の理解、②経営戦略の基本フレームワークの理解、③経営戦略のフレームワークを用いた分析力の修得を目的とする。また、企業の命運は、大きく捉えようと、環境と自社の統合に掛っている。経営戦略は、目まぐるしく変化する市場の中で、企業行動の方向性を決める指針でありシナリオである。具体的な事例も扱いながら、優れた経営戦略について探求する。	
	生産管理論	本科目では、ものづくりの経営学に関する基礎的な知識や基本的な考え方を学ぶことを目的とする。ものづくりに着目するのは、経営学自体がものづくり現場とともに発展してきた学問分野であり、これまでの日本の製造業発展の原動力でもあったからである。ものづくり企業はどのようにして成長を遂げ、どのような生産システムを構築し、また今日、国際競争が激化していく中で、どのような課題を抱えているのかを考える。本科目では、生産管理を中心に捉え、まず生産管理や競争力についての考え方を理解し、次にそれに基づいて生産システムの歴史、品質・コスト・納期などQCDの管理について、学生が説明できる能力を身につけることを目的とする。	

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
専門科目 発展科目 経営	中小企業論	本科目では、日本の経済・産業における中小企業やベンチャー企業の位置づけおよび経営の特徴、起業の実態やベンチャー企業創出環境について学ぶことを目的とする。日本の法人および個人事業の99.7%は中小企業である。しかし、中小企業の実態については、あまり理解されていない。中小企業やベンチャー企業の実態を理解させ、中小企業への支援や地域経済の活性化の方策、起業する際の全社的なマネジメントの方法などを学修し、将来、様々な仕事で活用できる知識を修得させることを本科目の目的とする。また、ベンチャー企業の経営上の特徴と、創出・発展に不可欠の経済・社会環境について理解し、起業のプロセスやベンチャー企業創出・育成策についても学ぶ。	
	リーダーシップ論	本科目では、現代社会において組織・集団など様々な場面で求められるリーダーシップについての理論や育成方法などを学ぶことを目的とする。リーダーシップに関する先行研究から、社会環境も経済環境も激変が予想される時代に求められるリーダーシップについても考えていく。また、リーダーシップの役割を理解するとともに、これからの組織環境やマネジメントの在り方とも関連させながら、経営に必要とされるリーダーシップ能力を養う。具体的には、リーダーシップ研究の多様なアプローチを紹介し、リーダーシップの基本となるリーダーとフォロワーの関係性について考える。	
	意思決定論	本科目では、「経営とは意思決定である」との考えを基本にして、企業で必要とされる意思決定についての考え方を学ぶことを目的とする。意思決定とは、目標を達成するために、複数の選択肢から最善のものを導き出そうとする行為を意味する。最善の選択肢をひとつだけ採用し、そのほかの選択肢を捨てることである。意思決定や選択のメカニズムについて、主要な学説(サイモンとアンゾフ)を理解すると共に、現実の決定問題に関して自分なりの評価ができる定見を得る。特に、サイモンの意思決定論を中心に据えて、選択のメカニズムについて検討し、経営学の中心となる組織論や意思決定論における人間観を学ぶ。	
	サービスマネジメント	モノのコト化が進む中で、顧客ニーズの中心がサービスに移行しており、サービスマネジメントの考え方を取り入れる重要性が高まっている。サービスとは、人や組織体に何らかの価値をもたらす、サービスマネジメントはそれを管理する活動である。本科目では、サービス製品の性質、サービスマネジメントの概念や理論について、モノ的製品と比較することによりサービスマネジメントの理解を深める。特にサービス製品は、無形性、同時性、異質性、消滅性といった特性があるため、その管理は生産マネジメントに比べ品質の評価、均一な品質の提供、事前準備の困難性を有することから、製品とは異なるサービス固有の性質について、学術的見解に基づいた説明ができるようにすること、サービス固有の性質に起因するマネジメントの課題を理解することを目的とする。	
	国際経営	国際的な相互依存が高まり経済・企業活動におけるグローバル化が進展する中で、日常生活のみならず企業活動も国内にとどまらず、その大半が海外との関わりを持つようになっている。そして、その在り方も、これまでの大企業、特に製造業を中心とした企業に特有な現象ではなく、サービス業や中小企業など企業規模、業種・業態、方法までも大きく変化している。本科目は、経営活動や人材マネジメントなどの企業経営の在り方が大きく変化の中で、多国籍企業・国際経営の理論、企業の進化過程、企業経営や戦略、企業組織とマネジメントなど国際経営の理解に必要とされる理論的な枠組みやマネジメントについて理解する。くわえて、異質な言語、法律、制度、文化などの複雑さに対するマネジメントが国際経営では必要となることから、これまで国際経営論で論じられてきた多国籍企業のみならず、ポーングローバル企業を始めとして製造業、サービス業など様々な特徴を有する多くの新しいタイプの企業の経営戦略や活動実態を取り上げ、実際のケースを交えて説明することにより一層理解を深める。	
	アントレプレナーシップ	本科目では、起業についての基本的な仕組み、内容を学び、実践できるようにすることを目的とする。そのために、①日本における起業環境、欧米諸国との違いを理解、②起業から安定成長に至るまでに直面する経営上の課題の理解と説明、③新しいアイデアの発想法、問題解決の方法などを学修し実践できる能力を演習を通して育成する。特に、社会問題や環境問題の解決に貢献する製品やサービスを生み出す、エシカルビジネスの起業を志すアントレプレナーに関して学ぶ。さらには、起業の主体とイノベーションのメカニズムが、コミュニティの再生や地方創生にどのように関係するのかも考える。	
スタートアップ実践	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、経営資源を集め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。		

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
専門科目 発展科目 経営	工業簿記	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、商品を仕入れ、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帳する)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	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えるというだけでなく、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が利用されること、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	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学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。財務諸表論の基礎的理論をマスターし、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	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も理解させる。	
	コンピュータ会計	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で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	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貫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	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。従来、出版市場、音楽市場、映画市場、放送市場はそれぞれ、市場流通の仕組みと共にビジネスモデルを構築し、様々なコンテンツを世に送り出してきた。その後、インターネット技術が世界的に普及したことは、コンテンツの利用デバイス、入手手段、利用形態、利用シーンにおいて、既存のビジネスモデルに大きな影響を与えることとなった。この様な変遷を理解しつつ、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	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、経営戦略のアプローチから解決方法を学ぶことを目的とする。具体的には、設定された課題について、事実の把握及び問題点を明らかにしたうえで、仮説検証し、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を、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ばなかで、実行するための能力を身につけることを目的とする。	講義10時間 演習20時間

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
専門科目 発展科目 マーケティング	マーケティング思考論	マーケティングを取り巻く環境が大きく変化したことによって、マーケティングはより多様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大きい。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、顧客に価値を届け続ける仕組みを考えることであり、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の理解と、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	企業経営において理念や戦略を発展させ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。マネジリアルマーケティングの理論および戦略が非営利組織で援用されたり、営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んだり、環境問題をはじめとする社会課題解決に向けあらゆる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・レレイティッド・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	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展するなかで、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、企業が異質な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SRC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	マーケティングでは新しい顧客を獲得するよりも既存顧客の維持をはかることに注視している。既存の顧客を離反させないためには、購買データを分析し、小売経営への活用の手法を考える必要がある。小売店舗に繰り返し足を運んでもらうために、カスタマー・リレーション・マネジメントを実践し、政策を行う必要がある。本科目では、企業が、顧客との良好な関係をつくり、どのように長期的な関係を構築していくのかを考察する。たとえば小売業の事例では、スーパーマーケット、百貨店、コンビニエンスストア、雑貨店等の事例を通して、顧客との長期的な関係づくりのための手段を考察し、どのように望ましい顧客との関係づくりを進めていけばよいのかについて講義する。	
	プロダクトディベロップメント	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もある。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、社会に必要とされる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	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。普段私たちを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、受講者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	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効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。	講義10時間 演習20時間
	インターネットマーケティング	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。SNSや動画配信など、様々な情報の伝達手法が多くの人々に広がる中で、実際に企業が取り組む事例を通じて、顧客との関係づくりの変化や、新たに生じることとなったリスクなどについて考察し、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。	講義10時間 演習20時間

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
専門科目 発展科目	マーチャンダイジング論	流通業者の行う商品の仕入れから販売までの一連の活動は、マーチャンダイジングと呼ばれるが、広くマーチャンダイジングを捉えると、小売のマーケティングミックスのマーチャンダイジングのほか、価格政策、販売促進政策、立地政策との有機的な連関を含めて考えることになる。実際の企業の事例、たとえばコンビニエンスストア、百貨店、スーパーマーケット、食品小売業、食品卸売業、雑貨小売業等の事例を通して、どのように店頭で望ましいマーチャンダイジング活動が行われているのかを講義する。PB商品の開発、単品管理、カテゴリーマネジメント、棚の管理等の売場づくり、価格政策、販売促進政策、CRM政策など主要な政策を講義する。	
	マーケティングインテリジェンス	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しそ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。	講義20時間 演習10時間
	データドリブンマーケティング	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義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。	講義20時間 演習10時間
	プロモーション演習	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ことを目的とする。具体的には、取り組みについての売りとなる特徴や、社会への貢献などの事項について、何がどのように伝わればポジティブなフィードバックが得られるのかを仮説検証し、よりよく伝えるための表現手法なども含めたアプローチ方法を踏まえ、具体案の立案などを、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。	講義10時間 演習20時間
	リテールマーケティング演習A	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・小売業界で必要とされる基本的・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・技術を身につけた人材を育成することを旨とする。なお、学修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、「小売業の類型」、「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。	
	リテールマーケティング演習B	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目指す。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、小売業の類型、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	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びにくい、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よう人材の育成を目的とする。	
	人事データ分析	本科目は、人的資源管理に関する基本的な知識を学び、「経験と勘」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む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。	講義20時間 演習10時間
	企業・会計データ分析	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。	

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
発展科目	経営統計学入門	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。	講義20時間 演習10時間
	経営統計学	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処理をして、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的な見方・考え方をビジネスにおいて活かすことができる技能を身につける。	講義20時間 演習10時間
	経営データ分析基礎	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(単純集計やクロス集計)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。	講義6時間 演習24時間
	経営データ分析	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。	講義6時間 演習24時間
	経営分析手法	本科目では、経営分析のツールであるプログラミング言語を学び経営分析を行う能力を修得する。ExcelのVBAやデータ分析の標準的な言語であるPython言語など、企業において汎用的に取り扱われている言語を学習しプログラミングの基礎を身につける。その中でコンピュータ上での情報の取り扱われ方や、動作の仕組み、プログラミング言語とは何か、どのように利用するのかなどの基本的事項を学ぶ。	講義14時間 演習16時間
	意思決定分析	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。	講義20時間 演習10時間
	経営オペレーションズリサーチ	オペレーションズリサーチ(Operations Research OR)は「筋のとおりた方法」を用いて問題を解決するための「問題解決学」と解釈される。多種多様なビジネスの現場で生じる様々な問題を効率よく解決するための手法として有用性が確認され、企業からその力を修得した人材が求められるている。本科目では、実社会によく現れている典型的な経営問題を解決するためのORの手法を解説し、表計算ソフトExcelで実践的に問題解決手法を体験し学ぶ。	講義20時間 演習10時間
専門科目	ビジネス価値創造学習	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修として位置づけている。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修のほか、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」それぞれの科目開講時との関係性についての理解を促す。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。科目責任者は1 杉浦礼子が担当する。 (オムニバス方式(一部)／全15回) (1 杉浦礼子／7回) ビジネスマナーとコミュニケーションについて、好感度の高い第一印象をはじめとするノンバーバルコミュニケーション、ビジネス文書作成をはじめとするバーバルコミュニケーションについて講義し、演習により使えるスキルとして修得することを目指す。 (11 三輪冠奈／7回) プレゼンテーションの意義・役割や効果的な発表のためのプランニングからリハーサルまでについて講義する。演習では、発表資料を作成し、プレゼンテーションを実施する。 (本科目は2クラスで開講し、1回目の授業は杉浦、三輪が、自身が担当するクラスでそれぞれ同一内容の講義を行い、以降14回はオムニバスにて授業を行う、一部オムニバス形式により実施する。全15回。クラスにより、オムニバス担当は開講順が前後する。)	オムニバス方式 (一部) 講義16時間 演習14時間
	ビジネス価値創造演習Ⅰ	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、ビジネスの価値を意識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ごとや課題から、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。	講義10時間 演習20時間

科目区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考	
専門科目	専門演習科目	ビジネス価値創造演習Ⅱ	本科目は、3年次以降に専門的に研究し学修する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み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	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	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	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を通して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寄らないことに意義を持たせる。	
		卒業論文	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。	
自由選択科目	異文化理解科目	海外事情1	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	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	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	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。	

学校法人名古屋学院大学 設置認可等に関わる組織の移行表

令和5年度	入学 定員	編入学 定員	収容 定員	→	令和6年度	入学 定員	編入学 定員	収容 定員	変更の事由
名古屋学院大学					名古屋学院大学				
経済学部 経済学科	250	-	1,000		経済学部 経済学科	250	-	1,000	
現代社会学部 現代社会学科	150	-	600		現代社会学部 現代社会学科	150	-	600	
商学部 商学科	200	-	800		商学部 商学科	200	-	800	
経営情報学科	95	-	380			0	-	0	令和6年4月 学生募集停止
					<u>経営学部 データ経営学科</u>	<u>135</u>	-	<u>540</u>	学部の新設(届出)
法学部 法学科	165	-	660		法学部 法学科	165	-	660	
外国語学部 英米語学科	140	-	560		外国語学部 英米語学科	140	-	560	
国際文化学部 国際文化学科	150	-	600		国際文化学部 国際文化学科	150	-	600	
スポーツ健康学部 スポーツ健康学科	130	-	520		スポーツ健康学部 スポーツ健康学科	130	-	520	
こどもスポーツ教育学科	40	-	160			0	-	0	令和6年4月 学生募集停止
リハビリテーション学部 理学療法学科	80	-	320		リハビリテーション学部 理学療法学科	80	-	320	
計	1,400	-	5,600		計	1,400	-	5,600	
名古屋学院大学大学院					名古屋学院大学大学院				
経済経営研究科 経済学専攻(M)	2	-	4		経済経営研究科 経済学専攻(M)	2	-	4	
経済経営研究科 経営政策専攻(M)	10	-	20		経済経営研究科 経営政策専攻(M)	10	-	20	
経済経営研究科 経営政策専攻(D)	2	-	6		経済経営研究科 経営政策専攻(D)	2	-	6	
外国語学研究科 英語学専攻(M)	2	-	4		外国語学研究科 英語学専攻(M)	2	-	4	
外国語学研究科 国際文化協力専攻(M)	2	-	4		外国語学研究科 国際文化協力専攻(M)	2	-	4	
外国語学研究科 英語学専攻(M) [通信教育課程]	20	-	40		外国語学研究科 英語学専攻(M) [通信教育課程]	20	-	40	
外国語学研究科 英語学専攻(D) [通信教育課程]	1	-	3		外国語学研究科 英語学専攻(D) [通信教育課程]	1	-	3	
計	39	-	81		計	39	-	81	