

設置の趣旨等を記載した書類 目次

①	設置の趣旨及び必要性	3
1.	設置の経緯及び必要性	3
2.	経営学部データ経営学科の目的と養成する人材像	4
3.	3つのポリシー	5
4.	組織として研究対象とする中心的な学問分野	11
②	学部・学科等の特色	12
③	学部・学科等の名称および学位の名称	13
④	教育課程の編成の考え方及び特色	13
1.	カリキュラム・ポリシーと教育課程の関係	13
2.	科目区分の編成の考え方と特色	17
3.	必修科目の構成	20
4.	PBL型教育の体制と特徴	21
⑤	教育方法、履修指導方法及び卒業要件	22
1.	授業の内容に応じた授業の方法の設定	22
2.	卒業要件	24
⑥	入学者選抜の概要	25
1.	アドミッション・ポリシー	25
2.	選抜方法、選抜基準	26
3.	選抜体制	30
⑦	教員組織の編成の考え方及び特色	30
1.	教員組織編成の特色	30
2.	専任教員数等	31
3.	教育課程における教員配置の計画	31
⑧	研究の実施についての考え方、体制、取組	32

⑨	施設、設備等の整備計画	32
1.	校地、運動場の整備計画	32
2.	校舎等施設の整備計画	33
3.	図書等の資料及び図書館の整備計画	33
⑩	管理運営及び事務組織	34
⑪	自己点検・評価	36
1.	実施体制・方法	36
2.	結果の活用・公表	37
⑫	情報の公表	37
⑬	教育内容等の改善を図るための組織的な研修等	39
1.	組織体制	39
2.	全学的な取組	39
3.	経営学部での取組	40
⑭	社会的・職業的自立に関する指導等及び体制	41
1.	教育課程内の取組	41
2.	教育課程外の取組	41
3.	適切な体制の整備	42

① 設置の趣旨及び必要性

1. 設置の経緯及び必要性

企業が立脚する市場や経営環境は、グローバル化の進展により多くの人、財・サービス、資本、情報などが国や地域を超えて移動していること、消費者行動が多様化していること、業務が複雑化していることなどに伴い、大きく変容している。また、情報通信技術は目覚ましく進化し続けており、多くの産業や社会生活にその技術が取り入れられることで、変容のスピードは加速するとともに、これらの技術を活用した新たなビジネスモデルが台頭している。

このような状況を背景に企業経営の環境はより複雑化し不確実性を増していることから、これまでの伝統的な経営学に加え、時代の変化に即応可能なビジネスに関する知識を有しかつ、様々なビジネス情報を活用できる人材の養成が重要になっている。

グローバル化や少子高齢化の進展に加えて、Society5.0の実現に向け大きな産業構造、社会構造の変化が予測される中、文部科学省が公表する「令和3年度 文部科学白書」の第5章「高等教育の充実」の総論では、「大学をはじめとする高等教育機関は、我が国及び国民が直面する課題にしっかり応えていく重大な責務を有しているということを認識し、国民や社会からの期待に応える改革を主体的に実行することが求められています。」と明記されており、その上で、第1節「高等教育施策の動向」の「令和3年度の大学改革の動向」において、「人材育成と知的創造活動の中核である高等教育機関が一層重要な役割を果たすことが求められます」と明記されている。あわせて、「2040年に向けた高等教育のグランドデザイン（答申）」に基づき、高等教育機関における今後の人材育成においては、「新たな知識・技能を習得するだけでなく、学んだ知識・技能を実践・応用する力、更には自ら問題の発見・解決に取り組む力を育成することが特に重要となっています。このことを通じて、自主的・自律的に考え、多様な他者と協働しながら、新たなモノやサービスを生み出し、社会に新たな価値を創造し、より豊かな社会を形成することのできる人を育てていかなければなりません。」と明記されている。（資料1）

また、数理及びデータサイエンス教育の強化に関する懇談会（文部科学省）が公表する「大学の数理・データサイエンス教育強化方策について」（平成28（2016）年）では、「データから新たな顧客ニーズを読み取って商品を開発することや、データを踏まえて効率的な資源配分や経営判断をするなど、データと現実のビジネスをつなげられる人材をマスとして育成し、社会に輩出することが、我が国の国際競争力の強化・活性化という観点からも重要である」と述べられている。不確実性を増す環境下で企業が成長していくために、データを活用し意思決定に生かす力を有する人材は産業界から強く求められており、経営分野やマーケティング分野の知識に加えて、データ分析の知識・技能を身につけた人材を育成し輩出する必要がある。さらには、本学が所在する愛知県が策定した「あいちデジタル人材育成アクションプラン」（令和4（2022）年）では、製造業を中心とする中小企業において、約8割の企

業がデジタル人材の不足を指摘するなど、質・量ともにデジタル人材が不足していると認識していること、また、そのことがデジタル化・DXの大きな壁の一つとなっていることが示され、教育現場において未来の産業を担うデジタル人材の育成が必要であると述べられている。（資料2、3）

本学は、キリスト教主義に基づく大学として、昭和39（1964）年度に開学して以降、「敬神愛人」を建学の精神に掲げ、広く社会に貢献できる人材と能力を備えた人材の育成、とりわけ中部圏の地域社会で活躍する人材の育成をその社会的使命としてきた。その中であって、平成4（1992）年度に商学部商学科を設置、平成15（2003）年度同学部に情報ビジネスコミュニケーション学科を開設し、平成21（2009）年度に名称変更した経営情報学科では、商学、経営学を基礎に、高度情報化及び本格的な国際化の進展に的確に対応できる専門知識を修得した実力派ビジネスパーソンの育成を目的としてきた。しかしながら、上記のような企業を取り巻く環境の変化や社会のニーズより、商学やマネジメントの知識だけではなく、高度かつ時代に即した経営学の知識を有し、ビジネスに係る様々なデータを読み解き、活用することができる人材、さらには、これらの知識・スキルを基に新たなビジネス価値を創造することのできる人材の養成が社会的・地域的に急務となっている。よって、本学は、社会的使命を継続的に果たすため、その教育を可能とする体制を構築する必要性があることから、商学部経営情報学科を基礎とする「経営学部（データ経営学科）」の設置が必要であるとの結論に達した。

2. 経営学部データ経営学科の目的と養成する人材像

このたび本学は、既設の商学部経営情報学科を礎とし、「大学教育の分野別質保証のための教育課程編成上の参照基準 経営学分野」（平成24（2011）年8月31日 日本学術会議）でも記載されているとおり、経営学の特徴である経済学や統計学など諸科学の知見を活用した、学位分野を経済学関係（「学士（経営学）」）とする「経営学部データ経営学科」（以下、「本学部学科」）を設置する。

本学部学科は、社会が要請する人材を広く輩出するという社会的使命を継続的に果たすため、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。具体的には、社会が求める幅広い視野と教養、経営学分野の理論に関する知識を備え、社会やビジネスなどで取り扱うデータを把握及び分析し活用する思考と手法を修得する。その上で、ビジネスの現場などで、①それら知識や理論と実践に基づいたスキルを駆使し、社会やビジネスの問題・課題解決に向け主体的に行動することができる人材、②経営に関する多様なデータの収集・分析に基づいて、経営戦略の構築や新たなビジネス価値の創造に寄与することができる人材、③コミュニケーション能力やプレゼンテーション能力を備え、分析したデータを適切かつわかりやすく伝えることができる人材の養成を目的とする。

3. 3つのポリシー

本学部学科は、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の育成を教育目標とし、そのための3つのポリシーを設定する。

(1) ディプロマ・ポリシー

本学の建学の精神「敬神愛人」並びに本学部学科で養成する人材像及び教育目標に基づき、ディプロマ・ポリシーを以下のように策定する。

本学部学科に所属する学生には、本学部学科のカリキュラムを体系的に履修・学修し、研究することを通して、ディプロマ・ポリシーで掲げる知識・技能・能力の獲得を達成することを求める。これらを身につけ卒業に必要とされる所定の単位数と要件を満たした学生には「学士（経営学）」の学位を授与する。

知識・技能

- DP① 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。
- DP② 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。
- DP③ 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。

思考力・判断力・表現力

- DP④ 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。
- DP⑤ 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。

主体性・多様性・協働性

- DP⑥ 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。

(2) カリキュラム・ポリシー

本学部学科は、ディプロマ・ポリシーで掲げた知識・技能・能力の獲得を達成するために、【NGU 教養スタンダード科目】（全学部共通の教養科目）及び【専門科目】を体系的に編成し、講義・演習を適切に組み合わせた授業科目を開講する。教育課程については、ナンバリングを用いてその体系性及び構造を明示する。

教育内容や教育方法及び学修成果の評価に関するカリキュラム・ポリシーは、以下のよう

に策定する。

- CP① キリスト教主義に基づいた豊かな人格の形成、社会が求める幅広い視野と成熟社会で暮らし活躍する市民としての基礎的素養・教養を理解し育むことに繋がる教育を行う。
- CP② 経営学に関する基礎的・専門的知識や理論を理解し身につける教育を行う。
- CP③ マーケティングに関する基礎的・専門的知識や理論を理解し身につける教育を行う。
- CP④ 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・能力を修得する教育を行う。
- CP⑤ 修得した知識・技能を生かして問題・課題を発見したり、経営戦略の構築や意思決定に役立てたり、新たなビジネスの価値創造に寄与する力を向上させる PBL 型教育や卒業研究を配置する。
- CP⑥ コミュニケーション能力やプレゼンテーション能力、問題・課題解決に向け主体性を持って多様な人々と協働して物事に取り組む力を育むアクティブ・ラーニング型の演習科目を配置する。
- CP⑦ ディプロマ・ポリシーで掲げる 6 つの知識・技能・能力を身につけているか、授業への参加度や学修成果を可視化した課題や試験、卒業論文などを通して総合的に評価する。

教育課程の編成、教育内容、教育方法、学修成果の評価に関する概要は、次の 1) から 4) で示し、詳細については、「④教育課程の編成の考え方及び特色 (p.13～)」で示す。

「ディプロマ・ポリシー達成に向けた経営学部データ経営学科専門科目対応表」は、ディプロマ・ポリシーで掲げた知識・技能・能力の獲得に向け開講する本学部学科【専門科目】との対応関係を示しており、学生が履修計画を立てる際や本学部学科がパフォーマンス評価の結果に基づいてシラバスを改訂する際に用いることを想定している。また、「経営学部データ経営学科カリキュラム・マップ」は、ディプロマ・ポリシーとカリキュラム・ポリシー及び科目区分・科目名称との相関について示している。(資料 4、5)

1) ディプロマ・ポリシーとカリキュラム・ポリシーの関係

本学部学科の教育目的を達成するために、教育課程を全学部共通の教養科目である【NGU 教養スタンダード科目】、そして本学部学科の【専門科目】及び【自由選択科目】で編成する。また、【専門科目】の中に《基礎科目》を置くことにより、全学の教養科目から学部の【専門科目】への接続に配慮しつつ、専門教育への導入を行う。さらに、《基幹科目》、《発展科目》、《専門演習科目》を設定することで、段階的、系統的な学修を展開できるような体系的な教育課程を編成している。科目区分の編成の考え方については、「④ 教育課程の編成の考えた方及び特色」内、「2. 科目区分の編成の考え方と特色 (p.17～)」で示す。

本学部学科が策定したディプロマ・ポリシー、カリキュラム・ポリシー及び教育課程の関係は「経営学部データ経営学科カリキュラム・マップ」のとおりである。（資料5）

また、養成する人材像を踏まえ、「経営・ビジネスリーダー育成志向」、「経営コンサルタント育成志向」、「事業・商品企画開発担当者育成志向」、「データ活用リーダー育成志向」の4つの履修モデルを設定している。（資料6～9）

ディプロマ・ポリシーとカリキュラム・ポリシーの関係について以下のとおり説明する。本学部学科のディプロマ・ポリシーは、次の6つである（再掲）。

知識・技能

- DP① 建学の精神を实践し、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。
- DP② 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。
- DP③ 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。

思考力・判断力・表現力

- DP④ 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。
- DP⑤ 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。

主体性・多様性・協働性

- DP⑥ 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。

これら6つの知識・技能・能力を培い経営実務で生かし、実社会で新たな価値を創造することができる人材の養成を実現するために策定したカリキュラム・ポリシーとディプロマ・ポリシーとの相関は次のとおりである。

DP①を達成するために

- CP① キリスト教主義に基づいた豊かな人格の形成、社会が求める幅広い視野と成熟社会で暮らし活躍する市民としての基礎的素養・教養を理解し育むことに繋がる教育を行う。

DP②を達成するために

- CP② 経営学に関する基礎的・専門的知識や理論を理解し身につける教育を行う。

- CP③ マーケティングに関する基礎的・専門的知識や理論を理解し身につける教育を行う。

DP③を達成するために

CP④ 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・能力を修得する教育を行う。

DP④を達成するために

CP⑤ 修得した知識・技能を生かして問題・課題を発見したり、経営戦略の構築や意思決定に役立てたり、新たなビジネスの価値創造に寄与する力を向上させる PBL 型教育や卒業研究を配置する

DP⑤及び⑥を達成するために

CP⑥ コミュニケーション能力やプレゼンテーション能力、問題・課題解決に向け主体性を持って多様な人々と協働して物事に取り組む力を育むアクティブ・ラーニング型の演習科目を配置する。

これらを踏まえ、学修成果を「ディプロマ・ポリシーで掲げる 6 つの知識・技能・能力を身につけているか、授業への参加度や学修成果を可視化した課題や試験、卒業論文などを通して総合的に評価する。」（CP⑦）こととしている。

2) 教育課程の編成

カリキュラムは、社会が求める幅広い視野と成熟社会で暮らし活躍する市民としての基礎的素養・教養を身につける【NGU 教養スタンダード科目】、経営学・マーケティングの知識やデータに基づく経営分析の基礎的知識及びスキル、実社会や経営実務において新たな価値を創造する能力を修得する【専門科目】及び【自由選択科目】で構成し、ディプロマ・ポリシーを踏まえた教育課程を編成する。

本学部学科は、学位授与に向けた体系的な教育課程となるようカリキュラムを編成し、カリキュラムの体系化を可視化するためにナンバリングを活用する。また、多様な入試枠から入学してきた学生が自ら学修計画を立て、主体的な学びを実現するという観点からもカリキュラムを編成している。

1 年次と 2 年次では【NGU 教養スタンダード科目】で専門知識の土台となる教養科目（特に社会科学を学ぶ上で重要と考えられる、哲学、社会学、文化人類学、心理学など）を学ぶほか、大学卒業後の将来像を考えるためのきっかけとしてキャリア関係科目についても学ぶ。さらに、1 年次からは【専門科目】の《基礎科目》に配置している科目を学び、2 年次と 3 年次では、【専門科目】の《基幹科目》と《発展科目》に配置している科目を学ぶ。それら学びを土台として、《専門演習科目》で各学生が興味を持った専門分野を追及し、その成果として卒業論文を完成させる。このような学びの段階を踏ませることによって、卒業に必要なとされる所定の単位数と要件を満たした学生に学位を与える。

3) 教育内容

【NGU 教養スタンダード科目】では、キリスト教主義に基づいた豊かな人格の形成、社会生活に必要な知識・技能の修得、成熟社会で暮らし活躍する市民として必要な教養の獲得を目指す。そのため、1年次の必修科目として「キリスト教概説1」、「キリスト教概説2」、大学の学修に必要な基礎的技能を学ぶ「基礎セミナー」を履修するほか、雇用可能性を高めるキャリア形成に関する科目、国内外の言語とコミュニケーションに関する科目などを履修するものとする。

【専門科目】では、ディプロマ・ポリシーで求める知識・技能・能力の獲得を確実なものとするため、《基礎科目》、《基幹科目》、《発展科目》及び《専門演習科目》の4つに区分し、基礎、基幹、発展と学びのステップを一段ずつ歩み、初歩的・基礎的な科目から応用まで系統立てて学ぶことができるカリキュラム構成とする。

《基礎科目》では、全ての科目を1年次配当とし、入学生全員に本学部学科における専門教育の基盤を身につけさせ、ディプロマ・ポリシーで謳う能力の修得、本学部学科が目指す人材像の養成を確固たるものとする。

《基幹科目》では、[経営]、[マーケティング]、[経営分析手法]の3つの基本分野における学びの基幹となる科目を配置する。

《発展科目》では、[経営]、[マーケティング]、[経営分析手法]の3つの基本分野が含まれており、経営学及びマーケティングの発展的専門知識と、データで経営を読み解くための知識・技能の修得を目的とした科目構成とする。

《専門演習科目》では、本学部学科で修得した経営及びマーケティングの知識やデータを活用した経営分析手法のスキルを使って、問題発見や価値を創造する体験を重ねる「ビジネス価値創造学習」、「ビジネス価値創造演習Ⅰ・Ⅱ」、「ビジネス価値創造実践Ⅰ・Ⅱ」などのPBL型教育、アクティブ・ラーニング型の科目を必修科目として配置する。

4) 教育方法

ディプロマ・ポリシーで求める知識・技能・能力を獲得し定着を促進するため、以下に基づき教育する。

- 大学での学びに必要となるスキルを身につけるための初年次教育を行う。
- 講義科目においては、ICT技術を活用し、双方向型の授業の推進を図るとともに授業外の学修についても適切に指導する。
- 学生が主体性をもって学修するアクティブ・ラーニング型、企業や行政と連携したPBL型教育対応の科目を複数配置する。データから価値を創造するPBL型教育「ビジネス価値創造学習」、「ビジネス価値創造演習Ⅰ・Ⅱ」、「ビジネス価値創造実践Ⅰ・Ⅱ」は、本学部学科に所属する全学生が1年次から4年次まで履修する科目として開講する。
- 1年次と2年次においては、少人数で目が届く指導体制を取りかつ、複数の学部教員と深くかかわる授業機会を設ける。細やかに学生を観察することで専任教員が担当する

アドバイザー教員としての責務（学修・生活の不安や疑問に対し適切な助言・指導を行う）を果たすとともに、3年次以降のより専門的な学びの分野選択を助け、さらには雇用可能性を高めることに繋げる。

- 社会やビジネスの最先端や技術に触れるため、外部講師を招聘し実社会への見聞を広める機会を設ける。
- 学生・教員・事務局を繋ぐことを目的として本学が独自に開発しているポータルサイト（CCS キャンパス・コミュニケーション・サービス）を活用し、MinutesPaper やレポートの回収及び授業理解度調査などを通して学習状況や理解度を把握するとともに、学修成果のストックとしても活用する。

5) 学修成果の評価

- 各科目について、その内容、到達目標、成績の評価方法と基準をシラバスで公開し学生に周知した上で、公正で厳格な成績評価を行う。
- 成績評価の妥当性や説明責任を十分に考慮する。
- 各科目の評価は、原則として日常的な授業に対する取組及び試験などによる総合評価により行う。
- 成績評価は、S (100～90点)、A (89～80点)、B (79～70点)、C (69～60点)、D (59点以下、不合格)、J (失格)、W (試験欠席) で表示する。点数による成績評価に馴染まない科目についての単位認定は、P (Passed : 合格)、学部が認めた他の教育機関で修得した単位の認定は R (Recognized : 認定) で評価する。
- 学位授与の学修成果として、卒業論文やポートフォリオ (ディプロマ・ポリシーの達成度評価を含む) などを活用して達成度を評価する。
- 「知識・技能」、「思考力・判断力・表現力」、「主体性・多様性・協働性」については、「経営学部データ経営学科ディプロマ・ポリシー対応ルーブリック」を用いて学生自らがセルフチェックする学生調査の機会を学期ごとに設け、アドバイザー教員との面談を通して更なる学修成果を高める仕組みを設ける。また、教育の成果を実証的に把握し不連続の改善につなげ、内部質保証に用いることを想定している。(資料 10)

(3) アドミッション・ポリシー

本学部学科は、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教育目標に掲げる。そして、この教育目標を達成するためにディプロマ・ポリシー及びカリキュラム・ポリシーを前述のとおり策定した。こうした教育を受けるための条件として、本学部学科は、企業活動における様々な取組に関心を持ち、それらについてデータ・情報を活用して産業及び企業の革新に寄与すること、広く社会の発展に貢献することを希求する学生を求める。具体的には、以下

の「求める学生像」に示した者を、アドミッション・ポリシーに基づき広く受け入れる。

求める学生像

- 本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、社会の役に立つことを実行しようとする高い志を持つ者。
- 現実の経済及び企業経営の実践に対する探究心が旺盛で、進んで真理を追究する意欲と能力がある者。
- 情報が多様化する社会に興味を持ち、情報を収集・分析・可視化する知識やスキルを修得して、そこから産業及び企業、社会の革新に寄与する思考を身につける意欲がある者。
- 課題解決に向けた、必要な基礎的知識・論理的思考力・コミュニケーション能力を備える意欲がある者。

アドミッション・ポリシー

【関心・意欲・態度】

AP① 本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、経営学や企業経営を実践することを通して、社会に貢献する高い志を持つ者。

【知識・理解、技能】

AP② 本学部学科において、経営やマーケティング、経営分析手法等を学ぶ上で必要な、高等学校の教育課程における基礎的な学力を有する者。

【思考力・判断力・表現力】

AP③ ビジネスにおいて課題を解決し、価値創造に寄与するための基礎となる、多面的に考察する思考力、適切な判断力、論理的でわかりやすい表現力を有する者。

4. 組織として研究対象とする中心的な学問分野

本学部学科は、「大学教育の分野別質保証のための教育課程編成上の参照基準 経営学分野」（平成 24（2011）年 8 月 31 日 日本学術会議）でも記載されているとおり、経営学の特徴である経済学や統計学など諸科学の知見を活用した、学位分野を経済学関係（「学士（経営学）」）とする学部であることから、組織として研究対象とする中心的な学問分野は「経営学」であり、具体的には以下を中心に研究活動を行う。

- ① 企業や組織を管理・運営するためのデータに基づいた手法の研究
- ② 個人主義と全体主義の統合をめざす組織論的管理論に関する研究
- ③ 企業が経営戦略を策定・遂行・評価するプロセスの研究
- ④ 組織における人間の意思決定過程に関する研究
- ⑤ マーケティングにおけるデータ活用の在り方に関する研究
- ⑥ マーケティング領域の拡張性に関する研究

- ⑦マーケティング手法のビジネスや社会への応用に関する研究
- ⑧企業活動におけるデータ活用の在り方に関する研究

② 学部・学科等の特色

本学部学科は、【NGU 教養スタンダード科目】に加えて、礎となる名古屋学院大学商学部経営情報学科に配置されている科目や時代の要請に応え進展させた科目を配置している。これら科目の履修により、学生は、商学やマネジメントの分野だけではなく、経営に関するデータを分析する手法を系統的に学び、合理的な意思決定や新たな価値の創造に資する知識・技能・能力を養うことができる。このような知識・技能・能力を備えた人材は、広い業種や職種から強く求められており、社会の要請に応じた人材を養成し輩出することができるという点が本学部学科の大きな特色であるといえる。特に、本学部学科の強みとなる特色は以下のとおりである。

学びの特色

- ・ 経営者・ビジネスリーダーを目指すために必要な知識を学ぶことができる。
- ・ 起業に必要な知識を体系的に学び起業家マインドを育成する。
- ・ 日本の経済を支えている中小企業の役割を学ぶことができる。
- ・ 会計知識をベースとした企業分析の手法を学び体験することができる。
- ・ マーケティングの専門的知識を学び企業家やマーケティングの経験に触れることができる。
- ・ 企業が持つ情報をどのように活用し合理的な意思決定に生かすことができるのかなどを、実際の企業データを活用して体験的に学ぶことができる。
- ・ 理解度に合わせ数学や統計学に関する知識を、学び直しも含め、段階的に高めることができる。

このほかにも、前述した以下特徴を有する（再掲）。

- ・ 大学での学びに必要となるスキルを身につけるための初年次教育を行う。
- ・ 講義科目においては、ICT 技術を活用し、双方向型の授業の推進を図るとともに授業外の学修についても適切に指導する。
- ・ 学生が主体性をもって学修するアクティブ・ラーニング型、企業や行政と連携した PBL 型教育対応の科目を複数おく。データから価値を創造する PBL 型教育「ビジネス価値創造学習」、「ビジネス価値創造演習Ⅰ・Ⅱ」、「ビジネス価値創造実践Ⅰ・Ⅱ」は、本学部学科に所属する全学生が 1 年次から 4 年次まで履修する科目として開講する。
- ・ 1 年次と 2 年次においては、少人数で目が届く指導体制を取りかつ、複数の学部教員と深くかかわる授業機会を設ける。細やかに学生を観察することで専任教員が担当する

アドバイザー教員としての責務を果たすとともに、3年次以降のより専門的な学びの分野選択を助け、さらには雇用可能性を高めることに繋げる。

- 社会やビジネスの最先端や技術に触れるため、外部講師を招聘し実社会への見聞を広める機会を設ける。
- CCSを活用し、MinutesPaperやレポートの回収及び授業理解度調査などを通して学習状況や理解度を把握するとともに、学修成果のストックとしても活用する。

③ 学部・学科等の名称および学位の名称

本学部学科は、経営及びマーケティング分野の専門的知識を備え、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の養成を目的としている。本学部学科の中心的な学問分野は、上記の「4. 組織として研究対象とする中心的な学問分野」で述べたとおり経営学である。データを活用し意思決定に生かす力を有する人材が産業界から強く求められていることを認識し必要性を理解した上で、「データから新たな顧客ニーズを読み取り商品開発に生かすことができる」、「データを踏まえて効率的な資源配分や経営判断を行うことができる」といった知識やスキルを身につけた人材を育成し、社会に輩出する学科であるという教育研究内容を表した名称として、学部名を「経営学部」、学科名を「データ経営学科」とし、授与する学位及び学位に付記する名称を「学士（経営学）」とする。

学部名：経営学部（Faculty of Business Administration）

学科名：データ経営学科（Department of Data Management）

学位名：学士（経営学）（Bachelor of Business）

④ 教育課程の編成の考え方及び特色

1. カリキュラム・ポリシーと教育課程の関係

本学部学科は、ディプロマ・ポリシーで掲げた知識・技能・能力の獲得を達成するために、【NGU 教養スタンダード科目】及び【専門科目】を体系的に編成し、講義・演習を適切に組み合わせて開講する。

本学部学科が策定した各カリキュラム・ポリシーと教育課程（対応する科目区分と主な授業科目）の関係は次のとおりであり、授業科目名称に下線があるものは必修科目である。なお、科目区分の編成の考え方については、以下の「2. 科目区分の編成の考え方と特色」で示す。

CP① キリスト教主義に基づいた豊かな人格の形成、社会が求める幅広い視野と成熟社会で暮らし活躍する市民としての基礎的素養・教養を理解し育むことに繋がる教育を

行う。

主に【NGU 教養スタンダード科目】に下枠内の必修科目を含む講義及び演習形式の授業科目を配置する。

【NGU 教養スタンダード科目】

キリスト教概説 1、キリスト教概説 2、基礎セミナー、情報処理リテラシー、日本語表現、基礎英語 1、基礎英語 2、英会話 1、英会話 2

聖書学、キリスト教倫理、キリスト教史、発展セミナー、キャリアデザイン 1a、キャリアデザイン 1b、キャリアデザイン 2a、キャリアデザイン 2b、ボランティア学、ボランティア演習、インターンシップ 1、インターンシップ 2、データサイエンスリテラシー、実用日本語表現法、アカデミック日本語表現法、実用英語 1、実用英語 2、情報英語 1、情報英語 2、TOEIC 英語 1、TOEIC 英語 2、ドイツ語 1、ドイツ語 2、フランス語 1、フランス語 2、スペイン語 1、スペイン語 2、中国語 1、中国語 2、韓国語 1、韓国語 2、【教養】日本史、【教養】世界史、【教養】日本文学、【教養】外国文化論、【教養】文化人類学、【教養】陶芸論、【教養】陶芸演習、【教養】政治学、【教養】国際政治学、【教養】国際関係論、教養】平和学、【教養】法学、【教養】日本国憲法、【教養】経済学、【教養】統計学、【教養】社会学、【教養】教育学、【教養】哲学、【教養】心理学、【教養】数学、【教養】物理学、【教養】化学、【教養】地学、【教養】生物学、【教養】環境学、【教養】スポーツ健康科学、【教養】スポーツ初級 a、【教養】スポーツ初級 b、【教養】スポーツ中級 a、【教養】スポーツ中級 b、まちづくり学、まちづくり演習、上級まちづくり演習

CP② 経営学に関する基礎的・専門的知識や理論を理解し身につける教育を行う。

主に【専門科目】の《基礎科目》、《基幹科目》及び《発展科目》[経営]に、下枠内の必修科目を含む講義及び演習形式の授業科目を配置する。

【専門科目】

《基礎科目》

経営学概論、経済学・経済政策、簿記・会計学概論

《基幹科目》

経営管理論、経営組織論、企業論、金融基礎論、経営法務、簿記 A、簿記 B、消費者行動論、イノベーション・マネジメント、ブランドマネジメント

《発展科目》[経営]

経営史、経営戦略論、生産管理論、中小企業論、リーダーシップ論、意思決定論、サービスマネジメント、国際経営、アントレプレナーシップ、スタートアップ実践、工業簿記、管理会計論、財務諸表論、財務諸表分析、コンピュータ会計、サプライチェーンマネジメント、コンテンツビジネス論、コンテンツビジネス論、課題解決演習

CP③ マーケティングに関する基礎的・専門的知識や理論を理解し身につける教育を行う。

主に【専門科目】の《基礎科目》、《基幹科目》及び《発展科目》[マーケティング]に、下枠内の必修科目を含む講義及び演習形式の授業科目を配置する。

【専門科目】

《基礎科目》

マーケティング概論、流通概論

《基幹科目》

マーケティング論Ⅰ、マーケティング論Ⅱ、マーケティング戦略演習、プロダクトプランニング、マーケティングリサーチ、ロジスティク、流通システム論、リテールマーケティング

《発展科目》 [マーケティング]

マーケティング思考論、ソーシャルマーケティング、国際マーケティング、リレーションシップマーケティング、プロダクトディベロップメント、マーケティングコミュニケーション、デジタルプロダクトプランニング、インターネットマーケティング、マーチャンダイジング論、マーケティングインテリジェンス、データドリブンマーケティング、プロモーション演習、リテールマーケティング演習 A、リテールマーケティング演習 B

CP④ 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・能力を修得する教育を行う。

主に【**NGU 教養スタンダード科目**】並びに【**専門科目**】の《基礎科目》、《基幹科目》及び《発展科目》の [経営分析手法] に下枠内の必修科目を含む講義及び演習形式の授業科目を配置する。

【NGU 教養スタンダード科目】

情報処理リテラシー、データサイエンスリテラシー、【教養】統計学、【教養】数学、情報英語 1、情報英語 2

【専門科目】

《基礎科目》

データ経営入門、情報倫理

《基幹科目》

e ビジネス概論、e コマース概論、情報社会論、経営のための基礎数学、経営のためのプログラミング

《発展科目》

経営データマイニング、人事データ分析、企業・会計データ分析、経営統計学入門、経営統計学、経営データ分析基礎、経営データ分析、経営分析手法、意思決定分析、経営オペレーションズリサーチ

CP⑤ 修得した知識・技能を生かして問題・課題を発見したり、経営戦略の構築や意思決定に役立てたり、新たなビジネスの価値創造に寄与する力を向上させる PBL 型教育や卒業研究を配置する。

主に【**専門科目**】の《基礎科目》、《基幹科目》、《発展科目》の各分野及び《専門演習科目》に下枠内の必修科目を含む講義と PBL 型を含む演習形式の授業科目を配置する。

<p>【専門科目】 <<基礎科目>> <u>ビジネス価値創造概論</u></p> <p><<基幹科目>> 経営のためのプログラミング</p> <p><<発展科目>> [経営] 財務諸表分析、人事データ分析、企業・会計データ分析</p> <p><<発展科目>> [経営] [マーケティング] [経営分析手法] 経営戦略論、リーダーシップ論、意思決定論、アントレプレナーシップ、スタートアップ実践、課題解決演習、マーケティング思考論、プロモーション演習、意思決定分析</p> <p><<専門演習科目>> <u>ビジネス価値創造学習、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、ビジネス価値創造実践Ⅱ、論文作成指導、卒業論文</u></p>
--

CP⑥ コミュニケーション能力やプレゼンテーション能力、問題・課題解決に向け主体性を
 持って多様な人々と協働して物事に取り組む力を育むアクティブ・ラーニング型の
 演習科目を配置する。

【NGU 教養スタンダード科目】並びに【専門科目】の<<基礎科目>>、<<基幹科目>>、<<発展科目>>の [経営]、[マーケティング] 及び<<専門演習科目>>に下枠内の必修科目を含むアクティブ・ラーニング型の演習・実習科目の授業科目を配置する。

<p>【NGU 教養スタンダード科目】 基礎セミナー、基礎英語 1、基礎英語 2、英会話 1、英会話 2、発展セミナー、ボランティア演習、まちづくり演習、上級まちづくり演習</p> <p>【専門科目】 <<基礎科目>> <u>ビジネス価値創造学習</u></p> <p><<基幹科目>> マーケティング戦略演習</p> <p><<発展科目>> 課題解決演習、プロモーション演習</p> <p><<専門演習科目>> <u>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、ビジネス価値創造実践Ⅱ</u></p>

CP⑦ ディプロマ・ポリシーで掲げる 6 つの知識・技能・能力を身につけているか、授業への参加度や学修成果を可視化した課題や試験、卒業論文などを通して総合的に評価する。

カリキュラム・ポリシーに基づくカリキュラムを体系的に履修し学修した成果の評価は、「① 設置の趣旨及び必要性」内、「5」学修成果の評価（p.10）」に記したとおりである。

2. 科目区分の編成の考え方と特色

科目区分の編成及びその考え方と特色は以下のとおりである。

(1) NGU 教養スタンダード科目

「敬神愛人」という建学の精神の下、本学部学科が養成する人材像として掲げる「社会が求める幅広い教養」を修得するとともに、社会に貢献できる人格と豊かな人間性を身につけるための土台づくりを担うのが【NGU 教養スタンダード科目】である。

【NGU 教養スタンダード科目】は、キリスト教に関する科目、自己理解と自己開発に関する科目、数理・データサイエンス・AI 教育に関する科目、言語とコミュニケーションに関する科目、歴史・文化の理解に関する科目、社会の理解に関する科目、自然・人間・生命の理解に関する科目、地域の理解に関する科目（いずれも細目）に大別することができる。そのうち、必修科目を配置しているキリスト教、自己理解と自己開発、情報、言語とコミュニケーションの概要は次のとおりである。

キリスト教に関する科目については、本学の建学の精神である「敬神愛人」が拠り所とするキリスト教及びその周辺領域について学ぶ科目である。キリスト教の教えはもちろんのこと、人間、歴史、社会及び生命などとの関りにおいても幅広くキリスト教を理解し、豊かな人間性と幅広い世界観を涵養することを目的としており、1 年次の「キリスト教概説 1」及び「キリスト教概説 2」は必修科目となっている。

自己理解と自己開発に関する科目については、現代社会に生きる人間として、自分の将来や進路を見据えた自己理解や自己開発を促すことで、職業観や仕事観の形成、あるいはキャリア形成に対する意識の向上を目指す科目である。1 年次の「基礎セミナー」は必修科目となっているほか、「キャリアデザイン」科目で 1 年次から 2 年次にかけて段階的にキャリア教育を行い、就職活動や将来の進路に備えることを促す。

数理・データサイエンス・AI 教育に関する科目については、高度化する情報社会への対応能力を向上させることを目的としており、データサイエンスや AI 等の基礎的教育を行う。このため、1 年次の「情報処理リテラシー」は全学部生の必修科目となっている。

言語とコミュニケーションに関する科目については、グローバル化した現代社会に対応し、多文化理解のためのコミュニケーション能力を養うことを目的として、英語科目のほかドイツ語・フランス語・スペイン語・中国語科目などを配置している。このうち、「日本語表現」、「基礎英語 1・2」、「英会話 1・2」は必修科目となっている。

歴史・文化の理解に関する科目、社会の理解に関する科目、自然・人間・生命の理解に関する科目、地域の理解に関する科目については、現代社会が求める幅広い基礎的教養を修得するものであり、この中には、本学の各学部の専門分野を念頭に置きながらも、全学的な視

点から特定の分野に偏ることなく全般的な教養科目が多数配置されている。

(2) 専門科目

本学部学科の【専門科目】には、《基礎科目》、《基幹科目》、《発展科目》及び《専門演習科目》の4つの科目区分を設定する。これらの科目区分により、専門教育への導入を図るとともに、段階的、系統的な学修を展開できるような体系的な教育課程を編成する。また、教育課程において【専門科目】を編成する上で基本となるのは、本学部における教育研究の根幹となる〔経営〕、〔マーケティング〕、〔経営分析手法〕の3つの基本分野であり、《基幹科目》にはこれら3つの基本分野の基礎・基幹となる主要科目を配置し、《発展科目》には3つの基本分野の高度な知識やスキルを修得する発展科目を配置することによって編成する。

なお、本学部学科の【専門科目】を計画的に履修する際の学年ごとの目標は以下のとおりである。

- <1年次> 経営・マーケティング・経営分析手法の基礎を築く
- <2年次> “これからの経営”の基幹となる知識・能力を修得する
- <3年次> 経営・マーケティング・経営分析手法の高度な知識と実践的スキルを養う
- <4年次> 卒業論文を通して学位授与にふさわしい学士力に磨きをかける

1) 基礎科目

《基礎科目》には、「経営学概論」、「マーケティング概論」、「データ経営入門」など8科目を配置し、1年次前期及び後期に配当する。これら8科目は、本学部学科での学びの核となる〔経営〕、〔マーケティング〕、〔経営分析手法〕の3つの基本分野から、主要でかつ初歩的な導入科目として厳選したものであり、いずれの科目も必修科目とする。特に、「ビジネス価値創造概論」は、学部における専門的学修に向けた導入として、本学部学科の独自のカリキュラム構成を理解することを目的としており、学生一人ひとりが卒業後の進路や希望する業種・職種への就職を念頭に、体系的な学修を促していくための科目としている。

2) 基幹科目

《基幹科目》は、《基礎科目》とより専門性を増す《発展科目》を繋ぐ科目区分である。3つの基本分野の根幹となる重要な科目区分であり、基幹となる23科目を配置し、1年次後期から2年次後期に配当する。〔経営〕分野は「経営管理論」、「経営組織論」、「企業論」など、〔マーケティング〕分野は「マーケティング論Ⅰ」、「マーケティング論Ⅱ」、「マーケティング戦略演習」など、〔経営分析手法〕分野は、「経営のための基礎数学」、「経営のためのプログラミング」などを配置する。このうち、「経営管理論」、「経営組織論」、「マーケティング論Ⅰ」、「マーケティング論Ⅱ」の4科目は、必修科目である。

3) 発展科目

《発展科目》は、3つの基本分野の専門性を深めるための科目区分として編成している。

なお、これら3つの基本分野の科目区分では、それぞれのカリキュラム・ポリシーに従って、関連する学問領域から採用された科目を基礎、基幹、発展と系統的に配置し、2年次前期から3年次後期に配当する。

これら3つの基本分野の考え方及び特色は次のとおりである。

i) 【経営】分野

【経営】分野では、まずは、経営学の3本柱である、経営管理、経営組織、経営戦略を学ぶ。

「経営管理論」では、経営管理の主要な理論（管理思想）について理解し、「経営組織論」では、経営組織とは何かを学び、発展科目に配置している「経営戦略論」では、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。特に、「経営戦略論」では、企業経営の重要な中心テーマとして捉え、経営戦略における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を修得する。

また、経営学を詳しく学びたい学生、将来、中小企業診断士を目指す学生、公認会計士や税理士を目指す学生、起業家を目指す学生にも配慮した科目を配置している。

ii) 【マーケティング】分野

マーケティングとは、企業活動を顧客の側面から捉え、製品・サービスを通して価値を顧客に届けるまでの一連のプロセスを学ぶ学問である。

この点を踏まえ、【マーケティング】分野では、消費者、企業、市場をより複眼的に捉えるため、企業や社会に係る経営学はもちろんのこと、《基礎科目》の「マーケティング概論」や《基幹科目》の「マーケティング論Ⅰ・Ⅱ」などを通してマーケティングの基本を理解した上で、マーケティングをより深く学修するための理論や実践的に活用できる科目を段階的、体系的に学ぶことができるよう配置している。そして、マーケティングの理論や本質を深く追及し実践で活用できる科目、視野を広げて様々な領域・分野でマーケティングを活用できる科目、あるいは企業のマーケティングに必要な情報収集能力、分析力を高め、様々な状況に応じてイノベティブに企画・立案力を遂行する能力を養う科目など、より実践的に学修できるよう構成している。また、将来、大学院でさらにマーケティングを詳しく学びたい学生、将来マーケッターとして企業で商品開発・企画で活躍したい学生、小売業のスペシャリストとして活躍したい学生にも配慮した科目を配置している。

iii) 【経営分析手法】分野

【経営分析手法】分野では、経営学に関する基礎的な学びを基盤として、企業におけるデ

ータに関する学びやデータ分析・判断力を修得し、多面的思考力及びイノベーションの価値創造に寄与する姿勢を身につけた人材を育成するため系統的に科目を配置している。

企業におけるデータに関する学びでは、企業活動の様々なレベルにおけるデータの基礎的な知識を学び、データを活用するための基本的な処理と応用につながる知識を修得する。データ分析・判断力の育成においては、データ分析の知識と技術を学び、企業活動の特徴を理解するとともに課題を発見し、定性的及び定量的な分析手法を理解できることを目指す。さらに、分析結果から主体的な思考によって判断することのできる技能を身につける。

データについて分析・判断する技能を基にして、多様なデータ理解と多面的な思考及び表現ができる確かな学力を身につける。企業における情報を主体的に判断することを通して、定量的な表現による結果を経営課題に生かしたり、定性的な分析結果を独創的なイノベーションの価値創造に役立てたりすることを目標とし、協働的な学びに取り組む姿勢を身につけることができる科目構成としている。また、将来、企業においてデータ活用の企画や運用を目指す学生にも配慮した科目を配置している。

4) 専門演習科目

本学部学科は、1年次の「基礎セミナー」も含めて、4年間の一貫した少人数編成による演習教育・指導の体制を取る。《専門演習科目》では、「ビジネス価値創造学習」及び「ビジネス価値創造演習Ⅰ・Ⅱ」で、専門的学修への導入とそのための土台作りを行う。1年次の「ビジネス価値創造学習」では、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修得させる。2年次の「ビジネス価値創造演習Ⅰ」では、チームビルディングやビジネス価値創造の思考力などを学び、「ビジネス価値創造演習Ⅱ」では、基礎・基幹科目を履修し修得した知識やスキルを活用して、ビジネス価値創造のプロセスを企業等と連携したPBL型演習で体験する。3年次の「ビジネス価値創造実践Ⅰ」では、専門的学修を促進しつつ研究課題の追及を指導し、「ビジネス価値創造実践Ⅱ」で専門的学修のまとめを行いつつ卒業論文の完成に向けた指導を行う。また、大学での学びの集大成として4年次の後期に卒業論文を仕上げ報告する「卒業論文」を設置し、《専門演習科目》のいずれの科目も必修科目としている。

(3) 自由選択科目（異文化理解科目）

《異文化理解科目》では、異文化理解と語学力向上を目的として、「海外事情1～4」を配置し、本学での事前事後学修及び海外協定校での学修を単位認定する。

3. 必修科目の構成

本学部学科の【専門科目】の必修科目は、上記「2. 科目区分の編成の考え方と特色」の各項目で記したとおりであり、「経営学部データ経営学科必修科目一覧」において、全学共通科目とともに構成を示している。（資料11）

必修科目は、〔経営〕、〔マーケティング〕、〔経営分析手法〕の分野に該当する科目のほか、1年次前期に履修する「ビジネス価値創造概論」を配置する。この科目は、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4年間の学びについて学生が理解することを目的とし、主要科目を担当する専任教員がそれぞれの科目について講義を進める。

1年次の入門的科目として位置づけている《基礎科目》の内〔経営〕分野では、企業経営とは何かを総論的に理解するため、「経営学概論」、「経済学・経済政策」、「簿記・会計学概論」を学ぶ。2年次には、より高度な【専門科目】での学びを確かなものとするため「経営管理論」、「経営組織論」を必修科目とする。〔マーケティング〕分野においても同様に、《基礎科目》に配置する「マーケティング概論」、「流通概論」を必修科目とし、2年次には、より高度な【専門科目】での学びを確かなものとするため《基幹科目》に配置する「マーケティング論Ⅰ」、「マーケティング論Ⅱ」を必修科目とする。〔経営分析手法〕分野では、《基礎科目》に配置する「データ経営入門」、「情報倫理」を1年次の必修科目とする。

また、本学部学科の養成する人材像は先述のとおりであるが、これを確かなものとするため、《専門演習科目》7科目を配置する。大学における教育課程の科目は、学んだ知識を実社会で実践できるよう養成するため、講義や演習科目などで構成されている。学んだ知識を実社会で実践できるまでに養成するには、乗り越えるべき課題が多く困難であるとの指摘もあるが、理論と実践を結び付け、学びを自分のものとして修得できたと学生が実感するまでに至る教育を目指すべきである。そのため、本学部学科は、講義科目である「ビジネス価値創造概論」のほか、ビジネス価値創造を付した演習科目である「ビジネス価値創造学習」、「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PBL型少人数制の必修科目として配置する。

理論は《基礎科目》及び《基幹科目》を中心に配置する科目から学び、《専門演習科目》に配置するビジネス価値創造を付した各演習科目で、理論と実践をいかに結び付けるかを学生が考え・体験を繰り返す科目とすることで、実社会でそれぞれの異なる環境においても“実践できる人”を育成する。これら科目は、コンサルティング経験が豊富な実務家教員、企業や地域と連携したPBL教育で多くの実績・教育効果を上げている教員を含む、各分野の教育・研究者である専任教員のほぼ全員が担当する。

また、これらによる学修の集大成である「卒業論文」を必修科目とし、それに向けた「論文作成指導」を2年次後期に配置する。

4. PBL型教育の体制と特徴

本学部学科は、特に従来型の知識偏重の学習ではなく、実社会で正解のない問題に対して知識を組み合わせることで解決へと導く能力を養うことを目的に、実社会で即戦力として活躍できる人材を育成するために有効とされる教育手法であるPBL型教育を取り入れていく。このPBL型教育では、学生が明確な目標を掲げ、実際に社会人として業務に携わった際に、実践的に必要とされるスキルやノウハウを修得できるよう教育を行っていく。また、本学部学科

の専任教員は、過去3年以内に多数の企業・行政等とPBL型教育で連携しており、そのノウハウは十分に蓄積されており、企業や行政と連携し教育を行う際には、ディプロマ・ポリシーやカリキュラム・ポリシーなど教育目的の共通理解をもって進めていく。

PBL型教育では、1年次に「ビジネス価値創造学習」で、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修得させる。2年次に「ビジネス価値創造演習Ⅰ」で、チームビルディングやビジネス価値創造の思考力などを学修させ、「ビジネス価値創造演習Ⅱ」では、《基礎科目》、《基幹科目》で修得した知識やスキルの活用により、ビジネス価値創造のプロセスを企業や行政と連携したPBL型教育で実践体験させる。なお、PBL型教育を実施する科目では、複数人のチームとしての取組であることや、成果物だけでなく、プロセスにおける活動も評価の対象とする。また、具体的なプロジェクトの成果発表を実施するなど、本学部学科で学ぶ学生に、業務遂行能力を実践的に身につけさせる。

また、PBL型教育に必要とされる「大学教員の教育能力を高めるための実践的方法：カリキュラムの開発」やPBL型教育での教育効果を測定するためのツールの開発などについては、FDを活用し学部教員で研鑽を行っていく。

⑤ 教育方法、履修指導方法及び卒業要件

1. 授業の内容に応じた授業の方法の設定

(1) 授業方法と適切なクラス規模の確保

本学部学科の【専門科目】には、上述のとおり[経営]、[マーケティング]、[経営分析手法]の3つの基本分野を設定している。この内、[経営]、[マーケティング]の多くは講義形式の科目である。本学部学科の入学定員は135名であるため、多くの講義形式科目は、上級年次の履修者を含め150名前後のクラス規模を想定する。一方、[経営分析手法]の多くは演習科目であるため、40名程度のクラス規模を想定する。

本学は、Wi-Fi環境を整備しており、本学部学科の学生にはノートパソコンを配布するため、それを活用した双方向授業を展開することができる。また、学内の学習支援システムであるCCSを利用し、e-learning、オンデマンド学修、反転授業などが可能となる。

(2) 配当年次の設定方法

本学部学科の科目の配当年次は、1年次：導入科目、2年次：基礎・応用科目、3年次：応用・発展科目として設定している。

(3) 履修ガイダンス等の実施

各学期、授業開始前に履修ガイダンスを行う。まず、学年ごとの全体説明会を行い、年次に対応した履修上の注意点を説明する。また、学期ごとの学生調査を実施するほか、各学年

の成績・単位修得状況及び将来の進路に合わせて、学生が適切な学修成果をあげられるようアドバイザー教員によるきめ細かい履修指導を行う。

(4) 履修モデルの提示

本学部学科は、養成する人材像に基づき、本学部学科の基礎・基幹となる【専門科目】の《基礎科目》及び《基幹科目》のうち12科目(24単位)と、《専門演習科目》7科目18単位、合計19科目42単位を必修科目とすることで、養成する人物像の根幹を全学部生が身につけることができる。これを基盤として、より高度な【専門科目】を履修する際の参考となる履修モデルを複数提示することで系統的な科目の履修を促す。

1) 履修モデル(経営・ビジネスリーダー育成志向)

現在、企業そのものが大規模となり、その経営方法も複雑化しており、多くの業務をこなすことができる有能な人材をますます必要としている。経営管理の職能を遂行することに関する専門知識と企業の社会的責任を自覚し、知識、技能、経験、判断力、統率力、行動力を兼ね備えた経営の専門家、常にビジネスの課題を発見しその解決策を模索しビジネスの最前線で活躍するリーダーの育成を目指し、それに向けた学生の履修指導を行う。(資料6)

2) 履修モデル(経営コンサルタント育成志向)

企業に対して、経営戦略、組織・人事戦略、マーケティング、業務改善などを提案し、その実現へ向けてのアドバイスや支援をするための専門知識と実務能力を学ぶ。そこで学んだ専門知識や実務能力を利用しながら、経営上の様々な問題を収集したデータを分析し、課題を明らかにするとともに、解決策が提案できる人材の育成を目指し、それに向けた学生の履修指導を行う。(資料7)

3) 履修モデル(事業・商品企画開発担当者育成志向)

製品やサービスの価値は企業が決定するのではなく顧客が決めることを出発点として、マーケティングに必要な消費者、企業、市場を複眼的に捉える能力を育成するためのベースとなる履修モデルを設定している。企業を取り巻く社会・経済、消費者が大きく変化している中で、理論や演習科目を通してマーケティングの本質を理解することにより、ビジネスの現場で役立つ課題解決能力や提案力をもった人材の育成を目指し、それに向けた学生の履修指導を行う。(資料8)

4) 履修モデル(データ活用リーダー育成志向)

企業経営と企業における情報の仕組みを理解し、デジタル社会の変化に対応した情報収集やデータ分析方法を修得することにより、将来、ビジネスにおいてデータを活用した新しい企画立案力や分析能力を持つことを目指す。企業活動における様々なレベルでの意思決定に

必要となる情報の利活用について理解し、企業マネジメント全般で活躍する人材の育成を目指し、それに向けた学生の履修指導を行う。（資料 9）

なお、本学は、単位制度の実質化や学位の質保証を目的とし、事前学習と事後学習時間の確保を重視している。本学は、大学設置基準第 21 条を踏まえ CAP 制度を導入しており、半期 24 単位、年間 48 単位を履修上限単位数として設定している。

この半期 24 単位を上限とする根拠について以下説明する。1 日当たり 2 科目（講義 2 単科目）を受講する場合の授業時間数は 4 時間であり、これに事前・事後学習を加えると、1 日当たりの総学修時間は 12 時間となる。この学修を週 5 日行くと仮定して、半期の履修科目数は 10 科目、履修単位数は 20 単位となる。なお、本学は月曜から金曜に授業を開講するが、土曜における学習時間も考慮すれば、さらに毎週 2 科目 4 単位分、半期で合計 12 科目 24 単位分の科目履修が可能であると考えられる。以上を踏まえ、履修上限単位が半期で最大 24 単位、年間 48 単位とすることは妥当であると判断できる。

また、本学は、当該学期における学修の成果指標としての「学期 GPA」と在学中の全期間における指標としての「通算 GPA」により、修得単位数だけでなく学修の質や到達目標の達成状況を意識し、意欲的に学修を進めていくことができるよう GPA 制度を導入している。

このように本学は、CAP 制度及び GPA 制度によって単位の実質化を図り、学生の学修の質を担保している。

（5）PBL 型教育について

本学部学科は、特に従来型の知識偏重の学習ではなく、実社会で正解のない問題に対して知識を組み合わせることで解決へと導く能力を養うことを目的に PBL 型教育を取り入れる。PBL 型教育では、企業からの事例報告などを受け、学生自身が問題を発見し、その解決策を提案する「問題発見解決型」や、企業が設定した課題に取り組む「企業提案課題解決型」を実施し、これらにより、学生に実践的に必要とされるスキルやノウハウを身につけさせ、実社会で即戦力として活躍できる人材として養成する。なお、PBL 型教育では、「プロジェクトの目的や設定した課題の確認」、「企業担当者と接する際のビジネスマナー講習」、「企業担当者とのコミュニケーション」、「学習スケジュールの作成」、「達成すべき目標の設定」、「報告を行うためのプレゼンテーション」などの項目も取り入れる。

2. 卒業要件

本学部学科の卒業要件は、124 単位とする。この内、NGU 教養スタンダード科目から必修 4 単位を含む 34 単位以上、専門科目（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 単位以上を修得することとする。

また、本学は、愛知県下の国公立大学で形成する「愛知学長懇話会」の会員校であり、会員校同士の単位互換事業を実施している。この、単位互換事業で修得した単位数は、自由選択科目として算入することができる。

■ 卒業要件

NGU 教養スタンダード科目	34 単位以上（必修 14 単位を含む）
専門科目※1	80 単位以上（必修 42 単位を含む）
自由選択科目※2	10 単位以上
合計	124 単位以上

※1 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

※2 NGU 教養スタンダード科目、専門科目の内、卒業要件単位数を超えるものも含む

【NGU 教養スタンダード科目】及び【専門科目】については、それぞれの重要性に応じて、必修、選択科目に区分している。なお、【専門科目】の必修科目として「卒業論文」を配置しており、《専門演習科目》に配置する「ビジネス価値創造実践Ⅰ・Ⅱ」での学修、研究の集大成として位置づけている。その成果やポートフォリオ（ディプロマ・ポリシーの達成度評価を含む）によって深い教養と本学部学科の専門知識や技能などが修得できているかを評価する。

⑥ 入学者選抜の概要

1. アドミッション・ポリシー

本学は、大学全体及び学部ごとに、それぞれのディプロマ・ポリシー、カリキュラム・ポリシーに基づき、アドミッション・ポリシーを次のとおり定めている。

（1）大学全体のアドミッション・ポリシー

求める学生像

- ① 本学の建学の精神に共感する者
 - ② 学業の修得に強い意欲をもつ者
 - ③ 国際感覚を有し、社会の発展に貢献しようとする高い志のある者
- これらの実現に向けて遅しく行動していこうとする学生を求めています。

入学時までに身に付けるべき知識、能力等

- ・ 高等学校の教科に関する基礎的・基本的な知識・技能
- ・ 基礎的・基本的な知識・技能に基づき、自分の考えをまとめ、他者に伝えるための思

考力・判断力・表現力

- ・ 教科の学習にとどまらず、学校内外の多様な学習や活動を経験することによる、主体性を持って多様な人々と協働して学ぶ態度

(2) 本学部学科のアドミッション・ポリシー

大学全体の3つのポリシー及び本学部学科のディプロマ・ポリシー、カリキュラム・ポリシーを踏まえ、本学部学科が求める人材像は以下のとおりであり、アドミッション・ポリシーを次のとおり定める（再掲）。

求める学生像

- ・ 本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、社会の役に立つことを実行しようとする高い志を持つ者。
- ・ 現実の経済及び企業経営の実践に対する探究心が旺盛で、進んで真理を追究する意欲と能力がある者。
- ・ 情報が多様化する社会に興味を持ち、情報を収集・分析・可視化する知識やスキルを修得して、そこから産業及び企業、社会の革新に寄与する思考を身につける意欲がある者
- ・ 課題解決に向けた、必要な基礎的知識・論理的思考力・コミュニケーション能力を備える意欲がある者。

アドミッション・ポリシー

【関心・意欲・態度】

AP① 本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、経営学や企業経営を実践することを通して、社会に貢献する高い志を持つ者。

【知識・理解、技能】

AP② 本学部学科において、経営やマーケティング、経営分析手法等を学ぶ上で必要な、高等学校の教育課程における基礎的な学力を有する者。

【思考力・判断力・表現力】

AP③ ビジネスにおいて課題を解決し、価値創造に寄与するための基礎となる、多面的に考察する思考力、適切な判断力、論理的でわかりやすい表現力を有する者。

入学者選抜

本学部学科は、大学入学時までには培われた確かな基礎学力、経営学への適性、多様な学習や活動を通じて身につけた能力や意欲・態度などを、多面的・総合的に評価することを入学者選抜の基本的な方針とする。

2. 選抜方法、選抜基準

本学は、入学者選抜を文部科学省通知である「大学入学者選抜実施要項」や上記のアドミ

ッション・ポリシーに基づき、入学時まで身に付けるべき知識、能力等を有しているかを確認するため、本学が定める入学者選抜試験を実施して学生を受け入れる。なお、本学部学科の募集定員は135名である。

選抜方法については、「一般選抜」、「学校選抜型選抜」、「総合型選抜」、「その他の選抜」に分けて実施する。それぞれの選抜方法ごとに、《関心・意欲・態度》として「本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、経営学や企業経営を実践することを通して、社会に貢献する高い志を持つ者」、《知識・理解・技能】として「本学部学科において、経営やマーケティング、経営分析手法等を学ぶ上で必要な、高等学校の教育課程における基礎的な学力を有する者」、《思考力・判断力・表現力》として「ビジネスにおいて課題を解決し、価値創造に寄与するための基礎となる、多面的に考察する思考力、適切な判断力、論理的でわかりやすい表現力を有する者」であるかの3項目を設け、これら3項目について入学時まで身に付けるべき知識、能力等を受験生が有しているかを確認する。選抜方法ごとのアドミッション・ポリシーとの関連性については、「選抜方法とアドミッション・ポリシー」で、◎（アドミッション・ポリシーと関連性が高い）、○（アドミッション・ポリシーと関連がある）と示している。どの選抜方法でも、すべてのアドミッション・ポリシーを満たしていることを確認した上で、入学者受け入れの方針に沿った学生確保を図る。（資料12）

（1）一般選抜

一般選抜については、「一般入試」、「共通テストプラス入試」、「共通テスト利用入試」の3つに区分し、いずれの入試枠も「本学部学科において、経営やマーケティング、経営分析手法等を学ぶ上で必要な、高等学校の教育課程における基礎的な学力を有する者」を有しているかの確認を主眼とし、大学に入学し学びがスムーズに行えるために、「本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、経営学や企業経営を実践することを通して、社会に貢献する高い志を持つ者」、「ビジネスにおいて課題を解決し、価値創造に寄与するための基礎となる、多面的に考察する思考力、適切な判断力、論理的でわかりやすい表現力を有する者」であるかの確認も行う。

「一般入試」では、前期、中期、後期の計3回実施し、大学独自の筆記試験を課す。筆記試験の科目について前期では、外国語と国語に加えて地歴、公民、数学から1科目を選択する3教科型と、外国語に加えて国語、地歴、公民、数学から1教科を選択する2教科型とを設定し、募集人員は33人とする。中期及び後期では、外国語又は国語に加えて、外国語、国語、地歴、数学から1教科を選択する2教科型を設定し、募集人員は9人とする。

「共通テストプラス入試」は、大学入学共通テストの国語、外国語、地歴公民、数学の各教科から2教科と、「一般入試」前期を受験し国語、外国語、地歴、公民、数学から1教科を選択する方式であり、募集人員は5人とする。

「共通テスト利用入試」では、大学入学共通テストの外国語に加えて、国語、地歴公民、

数学の各教科から 2 教科又は 1 教科を選択する 3 教科型と 2 教科型を設定し、募集人員は 12 人とする。

(2) 学校推薦型選抜

学校推薦型選抜については、「指定校推薦入試」、「一般推薦入試」の 2 つに区分し、各募集人員は、「指定校推薦入試」27 人、「一般推薦入試」の前期 27 人、後期 5 人とする。

「指定校推薦入試」では、書類審査（調査書、推薦書、志望理由書）、小論文及びグループ面接による総合評価を行い、「本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、経営学や企業経営を実践することを通して、社会に貢献する高い志を持つ者」であるか、「本学部学科において、経営やマーケティング、経営分析手法等を学ぶ上で必要な、高等学校の教育課程における基礎的な学力を有する者」であるか、「ビジネスにおいて課題を解決し、価値創造に寄与するための基礎となる、多面的に考察する思考力、適切な判断力、論理的でわかりやすい表現力を有する者」であるかについて確認を行う。

「一般推薦入試」では、前期、後期の計 2 回実施し、前期では、基礎学力型と小論文型を、後期では基礎学力型のみを採用している。前期の基礎学力型は、書類審査（調査書、推薦書）、全体の学習成績の状況、資格・活動実績、基礎学力テスト（英語、国語）により総合評価を行う。また、小論文型は、書類審査（調査書、推薦書）、全体の学習成績の状況、資格・活動実績、小論文により総合評価を行う。また、「本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、経営学や企業経営を実践することを通して、社会に貢献する高い志を持つ者」であるか、「本学部学科において、経営やマーケティング、経営分析手法等を学ぶ上で必要な、高等学校の教育課程における基礎的な学力を有する者」であるかの確認を主眼とし、「ビジネスにおいて課題を解決し、価値創造に寄与するための基礎となる、多面的に考察する思考力、適切な判断力、論理的でわかりやすい表現力を有する者」であるかの確認も行う。

(3) 総合選抜型

総合選抜型については、「情報・商業系資格重視入試」、「商業系科目入試」、「自己推薦入試」、「特別奨学生入試」の 4 つに区分している。

「情報・商業系資格重視入試」は、全商情報処理検定 1 級（ビジネス情報部門又はプログラミング部門）、日商 PC 検定 1 級、IT パスポート試験、基本情報技術者、情報セキュリティマネジメント、応用情報技術者、高度情報技術者、全経簿記（簿記能力検定）1 級、全商簿記（簿記実務検定試験）1 級、日商簿記（日商簿記検定試験）2 級、商業経済検定 1 級に関する資格取得者を対象に、募集人員を 3 人として実施する入試方法である。書類審査（調査書、志望理由書、活動報告書）及び面接による総合評価を行い、「本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、経営学や企業経営を実践することを通して、社会に貢献する高い志を持つ者」であるか、「本学部学科において、経営やマ

ーケティング、経営分析手法等を学ぶ上で必要な、高等学校の教育課程における基礎的な学力を有する者」であるかの確認を主眼とし、「ビジネスにおいて課題を解決し、価値創造に寄与するための基礎となる、多面的に考察する思考力、適切な判断力、論理的でわかりやすい表現力を有する者」であるかの確認も行う。

「商業系科目入試」は、多様な学びの背景を有する者（商業高校出身者）を受け入れることを目的に、募集人員を3人とする入試方法である。書類審査（調査書、志望理由書、活動報告書）、商業・ビジネス系科目テスト及び面接による総合評価を行い、同じく「本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、経営学や企業経営を実践することを通して、社会に貢献する高い志を持つ者」であるか、「本学部学科において、経営やマーケティング、経営分析手法等を学ぶ上で必要な、高等学校の教育課程における基礎的な学力を有する者」であるかの確認を主眼とし、「ビジネスにおいて課題を解決し、価値創造に寄与するための基礎となる、多面的に考察する思考力、適切な判断力、論理的でわかりやすい表現力を有する者」であるかの確認も行う。

「自己推薦入試」は、課外活動（文化、芸術、スポーツ、ボランティア、海外留学など）において優れた成績・実績を有する者を受け入れることを目的に、募集人員を5人とする入試方法である。書類審査（調査書、志望理由書、活動報告書、活動実績証明書）及び面接による総合評価を行い、「本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、経営学や企業経営を実践することを通して、社会に貢献する高い志を持つ者」であるか、「本学部学科において、経営やマーケティング、経営分析手法等を学ぶ上で必要な、高等学校の教育課程における基礎的な学力を有する者」であるか、「ビジネスにおいて課題を解決し、価値創造に寄与するための基礎となる、多面的に考察する思考力、適切な判断力、論理的でわかりやすい表現力を有する者」であるかについて確認を行う。「特別奨学生入試」は、学業成績や人物が特に優れた者を受け入れることを目的に募集人員を6人とする入試方法で、大学独自の筆記試験を課す。外国語と国語を含み地歴、数学から1教科を選択する筆記試験及び調査書で1次審査を行い、面接で2次審査を行う選抜方法である。「本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、経営学や企業経営を実践することを通して、社会に貢献する高い志を持つ者」であるか、「本学部学科において、経営やマーケティング、経営分析手法等を学ぶ上で必要な、高等学校の教育課程における基礎的な学力を有する者」であるかの確認を主眼とし、「ビジネスにおいて課題を解決し、価値創造に寄与するための基礎となる、多面的に考察する思考力、適切な判断力、論理的でわかりやすい表現力を有する者」であるかの確認も行う。

（４）その他の選抜

本学は、上記入試のほかに、「外国人留学生入試」、「海外帰国生徒入試」、「社会人入試」、「第3年次編入学試験」、「第2年次編入学試験」を設定しており、多様な学びの背景を有する者を受け入れる体制を整備している。なお、「外国人留学生入試」の出願要件に

ついて、①外国籍を有し、外国において学校教育における 12 年の課程を修了した者（見込みのものを含む）もしくはこれに準ずる者で文部科学大臣の指定した者又は本学が高等学校を卒業した者と同等以上の学力があると認めた者、②在留資格「留学」を有する者又は本学入学により取得できる者（ただし、「永住者」又は「特別永住者」を除く）、③直近 2 年間の日本留学試験（日本語）250 点以上（記述含む）又は日本語能力試験 N1 以上の者、④学費支弁能力を有し、日本国内に確実な身元保証人のある者の全てに該当することとしている。学費の支弁能力については、本人による申告書を提出させるほか、保証人による保証書及び第 2 保証人から所得証明書又は源泉徴収票の提出によって確認し、在籍管理方法については、本学の「学生サポートセンター」が適切に管理する。また、「社会人入試」における社会人は、日本の高等学校（中等教育学校後期課程を含む）を卒業した者又はこれに準ずる者で、入学年度に満 24 歳に達し、①卒業後 6 年以上勤務した経験を有する者、②短期大学又は高等専門学校卒業後 4 年以上勤務した経験を有する者、③専修学校の専門課程を修了後 4 年以上勤務した経験を有する者、④大学卒業後 2 年以上勤務した経験を有する者のいずれかに該当し、入学後本人の申し出により、「入学前における既修得単位の認定に関する規程」に基づき既修得単位の認定を行う。

3. 選抜体制

本学は、入学者の合否判定については、学長（議長）、事務局長、入試担当理事、各学部長、入学センター長、各学部教務主任、各学部入学センター委員、事務局次長、入試・広報部長、入学センター課長で構成する「入試選考会議」で合否判定に係る協議・調整を行い、合否判定の原案を作成した後、各学部教授会が審議した結果に基づき、学長が入学者の受け入れを最終決定する。

⑦ 教員組織の編制の考え方及び特色

1. 教員組織編制の特色

本学部学科の専任教員は、経営、マーケティング、会計のほか、経営に関するデータ活用等に精通している教育者・研究者、実務家教員であり、本学部の教育目標を達成するに足りうる教員組織を編成している。

この教員組織における主な研究領域は、マーケティング、会計、経営戦略、国際経営などの経営学及び商学であるが、副次的な研究領域としてコンテンツビジネス、情報倫理や情報リテラシー教育など情報系分野を扱う。これらの研究領域については、個々の専任教員が研究を推進するだけでなく、研究テーマに応じて複数の専任教員が研究チームを形成し、学外の有識者や企業の研究員などを加えた研究体制の構築も行う。

2. 専任教員数等

(1) 専任教員の構成

本学部学科の教員組織は、専任教員を16名配置し、大学設置基準を上回る専任教員数(14名以上)を満たしている。また、専任教員1名当たりの収容定員に対する学生数は34名(小数点以下切り上げ)となる。男女の内訳は、男性13名、女性3名(女性教員の比率:18.75%)であり、職位の構成は、教授12名(男性10名、女性2名)、准教授1名(男性1名)、講師3名(男性2名、女性1名)である。設置時において博士の学位を保有する者が7名、修士の学位を保有する者が8名(内、博士課程の単位取得退学者4名)、学士の学位を保有する者1名となる。

本学部学科の設置に係る教員人事の決定機関は、「商学部改組実行委員会」(理事長を委員長とし、委員は学内常任理事・経営学部長就任予定者等で構成)であり、その決定に基づき、完成年度まで専任教員数16名を維持する。また、本学部学科の教育課程を適切に運営し、かつその教育目的を達成するために、完成年度以降は、教育課程を考慮し、職位や年齢構成のバランスに十分配慮した教員配置を進める。

(2) 専任教員の年齢構成

本学部学科の専任教員の年齢構成は、設置時において、60歳代5名、50歳代6名、40歳代5名であり、完成年度時においては、70歳1名、60歳代5名、50歳代7名、40歳代2名、30歳代1名である。なお、学年進行中の令和7(2025)年3月末日付で、経営学・情報学を専門とする教授1名(男性)が定年退職(学校法人名古屋学院大学教員定年規程より)するが、同研究分野を専門とする30歳代の助教を1名(男性)採用する。(資料13)

本学部学科の専任教員の年齢構成について大きな偏りがなく、設置時から完成年度にかけて、本学部学科の各専門分野を構成する専任教員数の変更はしない。また、職位や年齢構成のバランスに十分配慮し、教育研究水準の維持向上及び教育研究の活性化を考慮した教員組織を編成していく。

3. 教育課程における教員配置の計画

教育課程上主要と認める授業科目は、必修科目として設定している。《基礎科目》では、配置している全ての科目を必修科目として設定しており、配置している8科目の内、7科目は専任の教授又は准教授を配置する。なお、「経済学・経済政策」については、専任の講師を配置するが、経済学の基礎的知識を教授することを目的としているため、他の教授・准教授からの必要な支援が得られやすいことや、当該教員の専門性を考慮し、教育上支障がないと判断する。《基幹科目》については、「経営管理論」、「経営組織論」、「マーケティング論Ⅰ」、「マーケティング論Ⅱ」の4科目を必修科目として設定しており、いずれも教授を配置する。《専門演習科目》は、配置している全ての科目を必修科目としており、いずれの科目も教授又は准教授を含む専任教員複数名を配置する。

⑧ 研究の実施についての考え方、体制、取組

本学は、学術研究活動の円滑化と推進を目的として、総合研究所を設置している。総合研究所は、本学の専任教員全員が研究所員として、自らの研究活動はもとより、共同研究・プロジェクトにも参加し、その成果を学内外に広く公開するとともに、教育にも反映させる役割を果たしている。また、教員には一人当たり 600 千円の研究費を予算化しており、学会費、研究旅費、宿泊費、図書費、物品費などを含み、大学として教員の研究を経済面で支援している。このほか、本学は科学研究費補助金など外部からの研究費を獲得することで、研究活動の活性化を図っており、総合研究所主催で科研費申請書個別相談会などを実施している。

これらの取組を踏まえ本学は、令和 4 (2022) 年度に「学校法人名古屋学院大学第Ⅱ期中長期計画」を策定し、その中で「多様な社会的要請に応えられる高次の教育・研究を実施する」ことを本学のビジョンとして定め、各学部学科が総合研究所や関連部署とともに本学の強みや特色を生かした学術研究を推進している。

⑨ 施設、設備等の整備計画

1. 校地、運動場の整備計画

本学は、名古屋キャンパスと瀬戸キャンパスを有しており、名古屋キャンパスには、しろとり学舎、ひびの学舎、たいほう学舎（以下、<しろとり>、<ひびの>、<たいほう>）を設置している。経営学部の設置に伴う校地及び運動場の用地については、名古屋キャンパス<しろとり>を既存学部と共用する。

名古屋キャンパスは、金山総合駅の南西約 1.5km に立地している。一方で大学周辺は、白鳥公園等緑豊かな環境に囲まれ、熱田神宮をはじめ多くの神社仏閣が位置する歴史的文化地区でもあり、名古屋国際会議場にも隣接した教育・研究にふさわしい環境となっている。

大学設置基準上の校地等敷地は、大学全体で 318,279.62 m²を有し、必要面積 56,000 m²を十分満たしており、名古屋キャンパスは 31,811.69 m²（<しろとり>21,536.84 m²、<ひびの>908 m²、<たいほう>9,366.85 m²）となっている。中心校地である<しろとり>には校舎、体育館、チャペル、クラブハウス等の主要施設を整備している。運動用地としては、テニスコート 3 面があり、体育館のアリーナ (1,314.1 m²)、小体育館 2 室 (133.76 m²、208.89 m²)、トレーニング室 (169.76 m²) と共に体育実技や課外活動等に積極的に利用されている。<しろとり>中央にはキャンパス広場を設け、各所に樹木、芝生が植栽されているほか、テラスを設け学生の憩いの場となっている。

<しろとり>の校地の内、15,553.21 m²は名古屋市からの借地であり、平成 17 (2005) 年 7 月に「定期借地権設定契約書」を同市と結び、隣接する白鳥公園と調和するように整備されている。

2. 校舎等施設の整備計画

経営学部の設置に伴う講義室等については、名古屋キャンパスの既設校舎を他学部と共用する。〈しろとり〉には、曙館、翼館、希館の3つの校舎を整備し、曙館には大教室（300人・280人）6室、中教室（180人・150人・67人・60人）17室、小教室（51人・42人・39人・36人・30人）27室、パソコン教室5室、研究室、会議室、図書室、食堂、事務室などを、翼館には大教室（300人）1室、中教室（84人・80人）2室、法廷教室、研究室、会議室、図書室、食堂、ホール、事務室などを、希館には大教室（300人）2室、中教室（80人）4室、小教室（30人）8室、研究室、会議室、スチューデントルーム、食堂、事務室などを配置している。また、本学部学科の専任教員については、〈しろとり〉に1名1室の研究室（約12.9～15.6㎡）を用意するほか、学部長室を設置する。

本学は、令和4（2022）年度時点で、図書室や食堂など各種施設の運営に関して、学生の利用に支障が生じることなく、また、収容状況に余裕を持たせて適切に行っている。本学部学科の入学定員は135人であり、本学部学科の基礎である商学部経営情報学科（入学定員95人）から入学定員が40人増加するが、本学の施設設備の利用に関して支障は生じない。また、令和2（2020）年度より、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、特に教室の座席に利用制限を設けて授業を行ってきたが、令和5（2023）年度より利用制限を撤廃することに伴い、教室の運用に大きな余裕が生じるため、授業の運営に関しても問題はない。

このほか、学生の主体的な学びを促進する本学部学科独自のラーニング・コモンズとしての「学びの拠点」の整備や、2025年度にパソコン教室のリプレースを予定しているなど、必要に応じて学生の学習環境の整備を行う。

これらを踏まえ、完成年度の時間割に示すように、支障なく教育を行うことが可能であり、本学部学科の教育環境を適切に整備する。（資料14）

3. 図書等の資料及び図書館の整備計画

（1）図書館の概要

本学は、名古屋キャンパスと瀬戸キャンパス図書館を合わせ、図書358,298冊（製本雑誌除く）、学術雑誌25,063冊（444タイトル 大学紀要除く）、電子ジャーナル24,619タイトルを所有している。蔵書構成は、人文・社会科学分野から自然科学分野まで幅広く揃えている。資料の定型的整備として、基本的学術図書については、図書館員による選書体制により新刊書を中心に収集に努めているほか、講義内容に基づいた資料収集については、教員の協力を得て指定図書制度を設けている。

名古屋キャンパス図書館は、平成19（2007）年3月〈しろとり〉の曙館に延床面積1,987㎡（座席数417席）で開館し、平成25（2013）年4月の法学部開設に伴い、〈しろとり〉の翼館に、延床面積203㎡（座席数60席）の法学部資料室を開設した。さらに、令和元（2019）年4月のリハビリテーション学部名古屋キャンパス移転に伴い、〈ひびの〉に延べ床面積301㎡（座席数75席）のリハビリテーション学部資料室（ひびのライブラリー）を開設し

た。曙館の図書館について、3階には一般図書・参考図書・雑誌コーナーを設置した学習フロアを配置し、4階にはパソコン利用・映像視聴、グループ学習が可能なラーニング・コモンズを設けている。（各延床面積には事務スペースを含む。）

本学の蔵書目録データは全て電子化され、インターネット上で学内外から検索することが可能である。学習支援システムである CCS と図書館システムの連携により CCS で図書の申込（購入・他キャンパス資料取り寄せ・相互貸借）や予約が可能であり、積極的に利用されている。

図書については、平成 15（2003）年度から国立情報学研究所の目録所在情報サービス（NACSIS-CAT/ILL）を利用して整備を進めているほか、他大学図書館との相互貸借や複写も同サービスを利用して行っている。また、料金相殺サービスについては、平成 16（2004）年 4 月開始当初から参加し、各館の料金処理省力化に協力している。

（2）図書資料の整備計画

1）図書資料の整備計画

本学は、大学の特色であるキリスト教、学士力の基礎となる【NGU 教養スタンダード科目】関連資料、経営学部の【専門科目】である経営学、マーケティングなどの関連資料について、図書 277,106 冊、「日本経営学会誌」、「マーケティング・サイエンス」などの雑誌 399 誌（一般誌含む）、視聴覚資料 1,183 点を所蔵し、整備している。今後も新刊書を中心に収集するとともに、非売品については寄贈による資料収集を行い、体系的に資料整備を行う。

2）電子資料の整備

本学は、「Science Direct（トランザクション契約）」、「SpringerLink」、「Cambridge Journals Online」などを導入し、内、経営学部関連電子ジャーナルは 3,332 誌含まれる。

「EBSCOhost Business Source Premier」「PsycINFO」「EconLit」などの一部については、全文が閲覧できるデータベースも導入している。日本語文献では、「日経 BP 記事検索サービス」、最新情報が入手できる「日経テレコン 21」、「朝日新聞クロスサーチ（朝日新聞）」、「中日新聞」のデータベースを既に整備している。このほか、本学蔵書・電子ジャーナル・電子書籍を一括検索可能な「EBSCO Discovery Service」を導入し、情報検索をさらに向上させている。

また、学生は、自宅から大学契約電子資料をリモートアクセスすることが可能であり、電子資料を積極的に利用できる環境を整備している。

⑩ 管理運営及び事務組織

本学は、教学に関する管理運営体制として、大学全般にわたる学事に関し、学長が掲げる

事項について決定を行うに当たり審議し、意見を述べる組織である「大学協議会」、学部の教育研究に関する重要事項に関して審議し、学長に意見を述べる組織である「教授会」、学部間の連絡調整及び大学の運営に関する重要な事項について審議し、学長の諮問に応じる組織である「学部長会議」及び各種委員会を設置している。このほか、本学の内部質保証を推進する組織として「教学改革推進会議」を設置している。新設される経営学部に関しても、現行の枠組みに基づいて管理運営を行う。

大学協議会

大学協議会は、大学全般にわたる学事に関し、学長が掲げる事項について決定を行うに当たり審議し、意見を述べる組織として設置するものであり、学長（議長）、各研究科長、各学部長、各学部教授会より選出されたそれぞれ2名の教員で構成する。開催頻度は月1回であり、次の事項を審議する。

- (1) 学則その他重要な規程の制定改廃に関する事項
- (2) 学部、学科その他重要な施設の設置廃止に関する事項
- (3) 大学院、学部その他諸機関の連絡調整に関する事項
- (4) 名誉教授に関する事項
- (5) その他大学の運営に関する重要事項

教授会

教授会は、学部の教育研究に関する重要事項に関して審議し、学長に意見を述べる組織として設置するものであり、教授、准教授、専任講師及び助教をもって構成する。開催頻度は月1回であり、次の事項を審議する。

- (1) 教員の人事に関する事項
- (2) 学部に関わる規定の制定改廃に関する事項
- (3) 学部学科その他重要な施設の設置廃止に関する事項
- (4) 学生の入学、卒業及び課程の修了に関する事項
- (5) 学位の授与に関する事項
- (6) 学生の休学、復学、退学、転学部、転学科、転学、除籍、留学、編入学及び再入学に関する事項
- (7) 学生の懲戒に関する事項
- (8) その他学長が教授会の意見を聴くことが必要と認める教育及び研究に関する重要な事項

学部長会議

学部長会議は、学部間の連絡調整及び大学の運営に関する重要な事項について審議し、学長の諮問に応じる組織として設置するものであり、学長（議長）、副学長、各学部長で構成

する。開催頻度は月 1～2 回である。

各種委員会

各教学部門の事項を調査審議させるため、宗教部、教務部、学生部、キャリアセンター、入学センター、国際センター、学術情報センター、総合研究所の下に委員会を設置し、教員部長、教授会より選出される委員で組織する。

教学改革推進会議

教学改革推進会議は、本学の内部質保証を構築することにより、教育研究の質の保証及び向上を推進することを目的とした全学的な内部質保証を推進する組織であり、学長（議長）、副学長、各学部長、各研究科長、各教学部長、事務局長、事務局次長、総合企画部長、学長室長で構成する。開催頻度は月 1 回であり、各組織における内部質保証の統括のため、次の役割を担う。

- (1) 内部質保証の基本方針及び手続に関する事項
- (2) 学部及び研究科の教育を行うにあたっての全学的な方針等の策定に関する事項
- (3) 自己点検・評価の企画、立案及び指示に関する事項
- (4) 各組織の自己点検・評価結果に対する総括に関する事項
- (5) 自己点検・評価の改善・改革の策定及び計画の推進に関する事項
- (6) 各組織が改善・改革を行う際の指示及び支援並びに調整に関する事項
- (7) 各組織の改善・改革の進捗状況に対する助言・支援等に関する事項
- (8) その他、内部質保証に必要な事項

⑪ 自己点検・評価

1. 実施体制・方法

本学は、学則第 2 条に「本大学は、その教育研究水準の向上を図り、前条の目的を達成するため、教育研究活動の状況について自己点検・評価を行い、その結果を公表する。」と定め、学部学科及び大学院研究科専攻並びに教学部門が、それぞれの諸活動に係る自己点検・評価を行い、「教学改革推進会議」が統括している。

毎年度の自己点検・評価の実施については、「教学改革推進会議」の下、公益財団法人大学基準協会の定める「大学基準」に基づき、①理念・目的、②内部質保証、③教育研究組織、④教育課程・学習成果、⑤学生の受け入れ、⑥教員・教員組織、⑦学生支援、⑧教育研究等環境、⑨社会連携・社会貢献、⑩大学運営、⑪その他必要な事項の観点から、学部学科及び大学院研究科専攻並びに教学部門が当該年度の自己点検・評価を実施し、「教学改革推進会議」が取りまとめ総括し、特に評価できる事項や改善が必要な事項の抽出を行う。改善が必要な事項については、「教学改革推進会議」が各組織に対しヒアリングを行った上で理事会・監事へ意見聴取を行い、その結果を踏まえ、改善・改革の方策を立案することとしている。

また、本学は、平成 30（2018）年に公益財団法人大学基準協会による大学評価を受け、大学評価基準に適合しているとの認定（期間：令和 8（2026）年 3 月 31 日まで）を受けている。

2. 結果の活用・公表

本学は、毎年度の自己点検・評価結果や、内部質保証の基本方針及び手続、自己点検・評価体制図、大学の理念と各種方針の体系図のほか、公益財団法人大学基準協会から通知された評価結果を、ホームページ上で公開している。

⑫ 情報の公表

本学は、「教育情報公表規程」において、学校教育法施行規則第 172 条の 2 に定める「教育研究活動等の状況についての情報」に基づき、情報の公表事項を示している。これら情報は、インターネットによっては本学ホームページで、刊行物によっては「名古屋学院大学要覧」及び「シラバス」によって公表されている。

公表の概要は以下のとおりである。

ア 大学の教育研究上の目的及び 3 つのポリシー（ディプロマ・ポリシー、カリキュラム・ポリシー、アドミッション・ポリシー）に関すること

大学全体、各学部学科・研究科専攻の 3 つのポリシーやカリキュラム・マップを公表している。

- <https://www.ngu.jp/outline/about/policy/>
- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/>

イ 教育研究上の基本組織に関すること

教育組織図及び事務組織図を公表している。

- <https://www.ngu.jp/outline/about/organization/>
- <https://www.ngu.jp/outline/about/clerical/>

ウ 教員組織、教員の数並びに各教員が有する学位及び業績に関すること

教職員数や、各教員の保有する学位、略歴、業績等を公表している。

- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/>
- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/data/>
- <https://www.acoffice.jp/nguhp/KgApp>

エ 入学者に関する受入れ方針及び入学者の数、収容定員及び在学する学生の数、卒業又は修了した者の数並びに進学者数及び就職者数その他進学及び就職等の状況に関すること

アドミッション・ポリシーや収容定員、入学者数、卒業者数、在籍者数を公表するほか、大学全体の進路決定状況、学部ごとの就職率、公務員・教員採用試験合格者数等を公表している。

- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/>
- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/data/>
- <https://www.ngu.jp/career/job/>

オ 授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画に関すること

カリキュラム・ポリシーや学部、大学院のシラバス、授業科目表、大学における年間行事を公表している。

- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/>
- <https://www.ngu.jp/faculty/syllabus/>
- <https://www.ngu.jp/campuslife/event/>
- <https://www.ngu.jp/graduate/research-plan/>

カ 学修の成果に係る評価及び卒業又は修了の認定に当たっての基準に関すること

学則、履修要項、履修規程、学位規程を公表している。

- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/>

キ 校地・校舎等の施設及び設備その他の学生の教育研究環境に関すること

校地・校舎面積や本学各キャンパスの交通アクセス、各キャンパスの施設を公表している。

- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/>
- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/data/>
- <https://www.ngu.jp/outline/campus/>
- <https://www.ngu.jp/outline/facilities/>

ク 授業料、入学料その他の大学が徴収する費用に関すること

各学部・研究科の学納金、学生寮費、教材購入費（目安）を公表している。

- <https://www.ngu.jp/campuslife/fees/>

ケ 大学が行う学生の修学、進路選択及び心身の健康等に係る支援に関すること

教育学習支援、学生生活支援、障がい者支援、奨学金・財政支援、修学支援制度、保健・学生相談支援、就職支援、資格取得支援、留学支援について公表している。

- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/>

コ その他（教育上の目的に応じ学生が修得すべき知識及び能力に関する情報、学則等各種規程、設置認可申請書、設置届出書、設置計画履行状況等報告書、自己点検・評価報告書、認証評価の結果 等）

学部学科の育成する人材、履修コース・履修モデルの設定、主要科目の特長、学則、諸規程各年度の設置認可申請書・設置届出書及び設置計画履行状況報告書、各年度の自己点検・評価の結果、認証評価結果、内部質保証体制、動物実験の状況、卒業時のアンケート結果などを幅広く公表している。

- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/>
- <https://www.ngu.jp/outline/operation/regulation/>
- https://www.ngu.jp/outline/operation/regulations_shokitei/
- <https://www.ngu.jp/outline/evaluation/>
- <https://www.ngu.jp/outline/about/information/animal/>
- <https://www.ngu.jp/media/sotsugyoseianketo2021.pdf>

⑬ 教育内容等の改善を図るための組織的な研修等

1. 組織体制

本学は、授業の内容及び方法の改善を図ることを目的に、組織的な研修及び研究を実施するための「全学 FD 委員会」、「学部 FD 委員会」を設置している。また、大学運営に係る全教職員の意識向上を図り、必要な知識・技能を身につけさせ、各々の能力・資質の向上を図るための「SD 委員会」を設置している。

FD 委員会の構成は、学長（委員長）、教務部長（副委員長）、副学長、各学部長、各研究科長、学術情報センター長、教職センター長、各学部教務主任、事務局長、事務局次長、教務・学生事務部長、教務課長であり、下部組織として、学部長を委員長とする学部 FD 委員会が設置されている。FD 委員会では FD 活動の計画策定を行うほか、各学部で実施されている活動報告を共有するなど、組織的に授業方法の改善を図っている。

2. 全学的な取組

大学全体としての取組の代表例として、学生による授業アンケートが挙げられる。学生による授業アンケートは、毎年学期ごとに実施され、そのデータに基づき、各学部学科、科目グループで授業改善に取り組んでいる。また、「IR 委員会」が授業アンケートを集計し、その集計結果は「教学改革推進会議」に報告され、必要に応じて全学的な改善措置が講じられる。

そのほか、学内の FD 研修会として、ICT 講習会、ワークショップ、事例発表、新任者懇談会など様々な取組を年に複数回開催しており、授業の質向上に努めている。また、全教職員を対象に、FD・SD 研修会を学内で定期的に開催しており、直近 4 年の開催実績は以下の

とおりである。

- ・令和 2（2020）年 9 月
 - 「2040 年に向けた高等教育のグランドデザインの要点解説」
 - 「社会連携センターにおける今後の高大連携」
- ・令和 3（2021）年 3 月
 - 「学生の NGU ドリルの利用状況」
 - 「リーディングスキルテストを利用した 1 年次学生の読解力調査結果」
 - 「第 13 回キャンパスライフ向上アンケート(学生実態調査)の結果から」
- ・令和 3（2021）年 9 月
 - 「選ばれる大学に向けて：今、本学が取り組むべきこと」
 - 「連携教育協創の重要性」
 - 「今、期待される大学の教育力」（外部講師）
- ・令和 4（2022）年 3 月
 - 「教学マネジメントの組織図の説明、文科省の動き、補助金の傾斜配分」
 - 「高大連携で見えた現在の高校授業」
 - 「2022 年度からの公務員講座」
 - 「法学部におけるポートフォリオによる教育の質保証」
- ・令和 4（2022）年 9 月
 - 「名古屋学院大学における教学マネジメントとは」
 - 「学習成果をどう可視化し、教学マネジメントを実質化するか」（外部講師）
- ・令和 5（2023）年 3 月
 - 「新教育課程で培われる学力の展望－高校の取り組みと大学への影響」（外部講師）

本学は、教育・研究活動において大きく貢献した教員を表彰することにより、教員の教育活動及び研究活動に対する意識を高め、本学における研究活動の活性化と教育の質的向上に資することを目的とした「教育・研究活動表彰規程」を制定しており、上記の FD・SD 研修会内で表彰式を実施し、受賞した教員は具体的な取組事例を報告している。このほか、年に 1 回、建学の精神であるキリスト教主義教育をテーマとした教職員研修会を開催している。

3. 経営学部での取組

本学部においても、既存学部における教員の教育・研究水準を維持し、更に向上できる環境づくりと条件整備に努める。「全学 FD 委員会」と連携する学部 FD 委員会を設置し、教員の資質向上に対する年次的な取組を立案し、学内において全員参加型の FD 研修会を実施し、各教員からの成果報告に基づき見直しを進めていく。

⑭ 社会的・職業的自立に関する指導等及び体制

本学は、既設学部において、教育と進路（就職）を一体のものとして捉えて就職指導や資格取得支援を4年間のカリキュラムの中に位置づける「キャリア形成支援プログラム」を体系化しており、経営学部もその枠組みを活用する。

1. 教育課程内の取組

(1) キャリアデザイン

【NGU 教養スタンダード科目】の中に、「キャリアデザイン」科目を配置し、自分自身や社会の基本的な仕組み、必要な知識とスキルを身につけさせる。

1年次前期の「キャリアデザイン 1a」では、キャリアの基本的な知識を身につけ、自分自身を分析することで学生時代のキャリアデザイン、卒業後のキャリアデザインを考える。1年次後期の「キャリアデザイン 1b」では、「働くこと」に主眼を置いて、様々な角度から働くことや社会で求められる力について考え、キャリアデザインと関連付けさせる。

2年次の「キャリアデザイン 2a」、「キャリアデザイン 2b」では、「キャリアデザイン 1a・1b」の応用と位置づけ、前期では自己と他者の理解について更に理解を深め、後期では社会的・職業的自立を図るための必要な知識とスキルを身につける。

(2) インターンシップ

【NGU 教養スタンダード科目】の中に「インターンシップ 1」、「インターンシップ 2」を配置し、企業や官公庁などで毎年多数の学生が就業体験をしている。就業体験に当たっては、事前・事後学習を徹底させ、業界と仕事への理解を深める。

2. 教育課程外の取組

(1) 資格取得プログラム

資格取得を支援する部署として「資格センター」を設置し、金融・販売・会計などの実践的な資格取得対策講座と、国家資格・公務員試験対策講座を開講している。講座は全ての学生を対象としている。

(2) キャリアセンターによる就職支援

「キャリア形成支援プログラム」と合わせて、本格的な就職活動を控えた3年次からは、より実践的なキャリア支援を行っている。主な取組は以下のとおりである。

1) 就職活動全体ガイダンス

3年生全員を対象に、インターンシップを含め就職活動の進め方や求人票・就職情報サイトの活用方法などを説明する。

2) 就活個人面談

3年生全員を対象に、卒業後の進路について個別に質問・相談に応じている。全体ガイダンスでは質問できなかったこと、自分のやりたい職業に就くための方法、漠然とした悩みなど、様々な相談に応じている。

3) キャリアカウンセリング

キャリアカウンセラーによるキャリアカウンセリングを行い、就職に関する相談・履歴書・エントリーシートの添削や面接の練習等に応じている。

4) 業界セミナー

各業界の人事担当者を招き、学生は、業界動向や業務内容、業界内での企業の位置づけなどを学習できる機会となっている。

5) 学内会社説明会

4年生向けに学内会社説明会を開催し、企業採用担当者と直接対話できるほか、一人一人の希望を聞いて求人を紹介する求人紹介会を、学生個々の就活状況に合わせて開催する。

6) 内定者報告会

内定を得た4年生による就職活動報告会を開催し、実体験に基づく話から企業の採用状況までを後輩に伝えている。

3. 適切な体制の整備

キャリアデザイン科目の運用や、インターンシップの運営、教育課程外の就職サポートに関する企画運営は「キャリアセンター運営委員会」が行っている。また、キャリアデザイン科目の運用に当たっては、NGU 教養スタンダード科目の運営主体である「教養教育運営委員会」配下の「キャリアデザイン部会」と連携し、学生に効果的な授業実施を行っている。

「キャリアセンター運営委員会」は、キャリアセンター長、キャリアセンター課長、各学部から選出された委員若干名によって構成されている。キャリアセンター長は、教学部門の部長であり、「教学改革推進会議」の構成員であることから、「キャリアセンター運営委員会」と「教学改革推進会議」との連携が保たれ、全学的な視点による、学生のキャリア形成に関わる課題を検討できる体制を整えている。