

主要科目の特長（経営学部データ経営学科）

データ経営学科の教育課程（カリキュラム）を構成する各科目群・分野の内容は次のとおりです。

（1）NGU 教養スタンダード科目

・キリスト教に関する科目

＜キリスト教＞に関する科目は、キリスト教主義大学である本学の核心です。必修科目の「キリスト教概説 1」「キリスト教概説 2」では、世界の文明に大きな役割を果たしたキリスト教を、人間、歴史、社会、生命などとの関わりにおいて考え、世界に通用するしっかりとした人間観・世界観を築く足がかりとします。

・自己理解と自己開発に関する科目

1 年生の必修科目である「基礎セミナー」では、少人数クラスで「大学で学ぶことの意義」について理解し、有意義な大学生活を送る足がかりを形成することを目的としています。さらに、大学での学びを促進させるスキルの習得をめざして、授業を受ける技術、プレゼンテーションの技法、情報検索の方法など、2 年次以上のゼミナール活動の基本となるスキルについて学ぶことを目標としています。また、「キャリアデザイン 1a～2b」などの科目を配置して、「将来なりたい自分とは何か」についてしっかりしたイメージを養うとともに、職業を考え将来のキャリアを設計するための足がかりとします。

・情報に関する科目

高度情報化社会の要請に応えるため、数理・データサイエンス・AI 教育の充実は、本学の情報教育の特色です。1 年次の「情報処理リテラシー（必修科目）」では、全学生に配付したノートパソコンを使って情報処理の基礎知識と基本スキルを学修します。また、「データサイエンスリテラシー」「データサイエンス概論」「AI 概論」「情報処理論」などでは、数理・データサイエンス・AI の基礎知識と様々な応用法、並びに近年のデータサイエンス分野の動向などを学修します。

・言語とコミュニケーションに関する科目

外国語については、「英語」を必修として学ぶほか、「ドイツ語」、「フランス語」、「スペイン語」、「中国語」、「韓国語」を学ぶことができます（学部によっては履修できない外国語もあります）。また、「日本語表現」を必修として学び、日本語表現法関連科目を学修することができます。

・社会的教養に関する科目

自分で考える力を養い、深みのある人間性を身につけるためには、一般教養の修得が欠かせません。本学では、＜歴史・文化＞、＜社会＞、＜自然・人間・生命＞、＜地域＞の 4 区分の学修を通じて、適切な教養の修得を目指します。

(2) 専門科目

《基礎科目》、《基幹科目》、《発展科目》および《専門演習科目》の 4 つの科目区分により、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体系的な教育課程を編成している。【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」、「データ経営入門」、「マーケティング概論」など 8 科目を配置し、1 年次前期および後期に配当する。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》をつなぐ科目区分である。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および特色は次のとおりである。

① 〔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、中小企業診断士をめざす学生、公認会計士や税理士をめざす学生、起業家をめざす学生にも配慮した科目を配置している。

② [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。

③ [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、定性的および定量的な分析手法を理解できることをめざす。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およ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とおして、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めざ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》

《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おこなう。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おこないつつ卒業論文の完成に向けた指導をおこなう。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。

5) 【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および海外協定校での学修を単位認定する。

◎専門科目の一部をピックアップ

カリキュラムで身につく力

<h3 style="text-align: center;">消費者行動論</h3> <p>ニーズ、買い物行動、購買意思決定、態度・知覚・感情などの消費者行動を、心理的な側面、社会の変化を踏まえて検討し、マーケティングのターゲットとなる顧客の本質を理解します。</p> <p style="text-align: center;">——— 主な身につく力 ———</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><div style="text-align: center;"> 課題発見力</div><div style="text-align: center;"> 創造力</div><div style="text-align: center;"> 洞察力</div><div style="text-align: center;"> 論理的思考力</div><div style="text-align: center;"> 探究心</div></div>	<h3 style="text-align: center;">コンテンツビジネス論</h3> <p>従来の出版、音楽、映画、放送などの流通の仕組み、既存のビジネスモデル構築から、インターネット技術の普及によるビジネスモデルの変化まで、体系的に理解することを目的とします。</p> <p style="text-align: center;">——— 主な身につく力 ———</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><div style="text-align: center;"> 課題発見力</div><div style="text-align: center;"> 状況把握力</div><div style="text-align: center;"> ICTスキル</div><div style="text-align: center;"> 創造力</div><div style="text-align: center;"> 論理的思考力</div></div>
<h3 style="text-align: center;">意思決定論</h3> <p>「経営とは意思決定である」を基本にして、意思決定のメカニズムについて、主要な考え方を学び、人間による意思決定の重要性を理解し、限られた条件でいかに最善で合理的な意思決定を行うかを考える。</p> <p style="text-align: center;">——— 主な身につく力 ———</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><div style="text-align: center;"> 実行力</div><div style="text-align: center;"> 状況把握力</div><div style="text-align: center;"> コミュニケーション能力</div><div style="text-align: center;"> 協働性</div><div style="text-align: center;"> 他者理解</div></div>	<h3 style="text-align: center;">経営データマイニング</h3> <p>統計学などのデータ解析の技法を大量なデータに網羅的に適用し、発見的な知識や有用な情報を取得する技術を学び、データを問題解決につなげるスキルを身につけます。</p> <p style="text-align: center;">——— 主な身につく力 ———</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><div style="text-align: center;"> 課題発見力</div><div style="text-align: center;"> 創造力</div><div style="text-align: center;"> 情報処理力</div><div style="text-align: center;"> 論理的思考力</div><div style="text-align: center;"> ICTスキル</div></div>