2018/09/20(木)16:44

科目名	マーケティング戦略論1/マーケティング入門2		
担当教員名	安藤　和代		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2

講義名	マーケティング戦略論1/マーケティング入門2
先修科目	−

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ		主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	○
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

インターネットの普及や情報機器の発展により価値観が多様化した消費者に対して企業が展開するマーケティング施策は、日々変化している。本講では、マーケティング入門で学んだマーケティングの基本的な考え方を踏まえた上で、より実践的なマーケティングの概念や理論について説明する。講義を進めるにあたっては、マーケティングの考え方が現実のビジネスにおいてどのように使われているかを理解してもらうため、できるだけ事例を用いる予定である。本講の目的は、マーケティングについてより深く理解し、将来のビジネスにおいて役立つ専門知識を身に付けることである。

講義の到達目標

マーケティングに関する基本的な知識を習得し、理解を深めること。また、身近で起こっているさまざまな現象をマーケティングの視点から捉えられるようになること。

準備学習等の指示

・講義内容について、レジメの振り返り、不明点の洗い出し
・授業ごとに設定される復習テーマについての学習
・予告されたレポート課題の準備
・企業のマーケティング施策に関する情報収集
以上について、約1時間程度の予備学習が求められる。

授業計画

第1回	ガイダンス
第2回	市場志向の戦略計画（1）−競争戦略
第3回	市場思考の戦略計画（2）−環境分析
第4回	市場思考の戦略計画（3）−ポートフォリオマネジメント・事業領域の選択
第5回	ブランド論（1）—ブランド定義とブランド要素
第6回	ブランド論（2）−ブランド・マネジメントの基本枠組み
第7回	消費者行動
第8回	プロモーション・ミックス（1）−4つの活動と統合型マーケティングコミュニケーション
第9回	プロモーションミックス（2）−パブリック・リレーション活動と人的販売
第10回	今日的な流通・価格戦略
第11回	マーケティング・リサーチ
第12回	リレーションシップ・マーケティング
第13回	ソーシャル・マーケティング
第14回	授業時レポート
第15回	授業時試験・講評

評価方法

授業時試験: 70%
（第15回の授業時にテストを行い理解度を確認するとともに、講評を行う）
授業時レポート:20%
(授業時レポートについては、翌週に学生の優れた回答を示しつつ解説を行う)
参加度:10%

履修上の注意
初回講義時に伝える。 シラバス中の「授業時レポート」は便宜的に第14回に設定しているが、第1回から第14回のいずれかに複数回行う。
教科書
特に指定しない。資料を配布する。
参考文献
和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦（2016）『マーケティング戦略（第5版）』有斐閣アルマ 上田隆穂、青木幸弘編（2008）『マーケティングを学ぶ＜上＞／＜下＞』中央経済社 久保田進彦、澁谷覚、須永努（2013）『はじめてのマーケティング』 有斐閣

2018/09/20(木)16:46

科目名	経営戦略論		
担当教員名	池田　武俊		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2

講義名	経営戦略論
先修科目	−

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ	○	主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

企業が生存していくためには、直面する経営環境を把握し、競争優位の構築につながる経営を行わなければならない。また、企業が自らの活動によって経営環境を変化させることも必要である。急速に経営環境が変化する今日、自らの活動を決定し実行していくためには、経営戦略の策定と実践が重要な意味を持つ。そこでこの講義では、代表的な理論・分析枠組みを中心に経営戦略の考え方を体系的に理解していく。また、実際の企業の具体的な事例から理解していくために、日々、新聞やニュースで取り上げられる企業の事例も活用して講義を進めていく。

講義の到達目標

経営戦略の基礎的な考え方について理解すること、および、今日的な経営環境の中で企業に求められる戦略について自分なりに考えられるようになることを目標とする。特に、実際の社会の変化とその中での企業活動について、経営戦略の観点から分析していける視点を身につけていく。

準備学習等の指示

前回授業の復習をして参加すること。
企業の活動や社会の変化など、今日の経済活動が題材になることも多い講義内容になる。そこで企業の活動を取り上げた新聞やニュースに注目し、現実社会の中でどのような動きがあるのかを把握することも重要な事前学習となる。それらを1時間程度実施することが望ましい。

授業計画

第1回	ガイダンス
第2回	経営戦略のための基本的な考え方（1）意思決定の問題
第3回	経営戦略のための基本的な考え方（2）経営戦略と意思決定
第4回	企業活動と経営戦略の意義
第5回	経営戦略の基礎理論（1）企業の成長と戦略の関係
第6回	経営戦略の基礎理論（2）経営環境と企業への影響
第7回	経営戦略の基礎理論（3）経営資源と競争優位
第8回	経営戦略の基礎理論（4）経営資源と企業の戦略
第9回	経営戦略の基礎理論（5）業界構造分析　-交渉力、代替品、参入障壁の観点から-
第10回	経営戦略の基礎理論（6）業界構造分析 -業界内競争の観点から-
第11回	経営戦略の応用（1）具体的な企業事例とその検討　-経営資源の観点から-
第12回	経営戦略の応用（2）具体的な企業事例とその検討　-業界構造分析の観点から-
第13回	今日の経営環境と経営戦略の課題
第14回	まとめ
第15回	授業時試験・講評

評価方法

講義中の小テスト・小レポートなど30%、授業時試験70%によって評価する。
講義中での質問への回答については、別途、授業貢献点として評価する。

履修上の注意

快適な授業環境を保つため、他人の迷惑になる行為は厳禁とし、それら行為に対しては厳しく対処する。
教科書
なし
参考文献
必要に応じて講義内で紹介する。

2018/09/20(木)16:47

科目名	企業論		
担当教員名	石井　泰幸		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2

講義名	企業論
先修科目	−

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ	○	主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

本講では、企業は誰のものなのかといったコーポレートガバナンス（企業統治）をテーマに企業について学ぶ。
実際、企業が効率的で健全な経営を行うためには、様々なステークホルダーといった利害関係者との良好な関係の維持と、企業の戦略的意思決定の中心にある経営者に対するインセンティブが必要である。
本講では、以上の点を踏まえ、株主、債権者、メインバンク、親会社、従業員、取引先などの各ステークホルダーと企業との関係の把握のほか、株式会社の仕組みやトップ・マネジメントの特徴などを学習する。

講義の到達目標

本講では、企業がどのように発展し、その組織体制を深化させていったかを確認し、理解を深めることを第一目標とする。
さらに、現在のような競争が激化する中で企業がいかに戦略的に生き残ってきたか、また、その企業の実情の理解も目標する。

準備学習等の指示

講義を受講するために、事前に教科書の内容を確認すること。また、日頃から新聞記事などを読み、企業についてよく調べること。
なお、準備学習においては原則2時間程度費やすこと。

授業計画

第1回	ガイダンス
第2回	企業形態の発展と歴史
第3回	現代企業の諸形態
第4回	企業とステークホルダー
第5回	企業の社会的責任論の変遷
第6回	CSRと企業倫理
第7回	株式会社における所有と支配
第8回	日本のコーポレート・ガバナンス
第9回	アメリカのコーポレート・ガバナンス
第10回	企業結合と独占
第11回	日本型企業システム
第12回	経営戦略の理論
第13回	M&A戦略
第14回	中小企業とベンチャービジネス
第15回	授業時試験・まとめ

評価方法

授業時試験70%、 授業時レポート10%、 授業への貢献度20%
なお、授業時レポートなどの課題については、逐次フィードバックをおこなう。

履修上の注意

授業への取り組みの姿勢を重視する。

教科書
佐久間信夫編著『現代企業要論』創成社、2011年
参考文献
佐久間信夫編著『経営学原理』創成社、2014年

2018/09/20(木)16:48

科目名	サービス産業論/企業セミナー1		
担当教員名	石井　泰幸		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	1	単位	2

講義名	サービス産業論/企業セミナー1
先修科目	

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ		主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

わが国の第3次産業であるサービス産業は、70%を超え、産業界に大きな影響を及ぼしている。実際、その就労者数も全体の3分の2以上を占め、その意味でサービス産業に注目することが時代の趨勢といえる。しかし、そのサービスは各業界によって多様であり、一概にサービス産業を定義することは難しい。

そこで、本講義ではサービス産業を各業界に沿って事例分析し、サービス産業の実態を学生諸君と共に学んでいくことを目指す。さらに、そのサービス産業がそれぞれ持つ課題についても皆と共に考え、その解決の可能性も考えていきたい。

講義の到達目標

講義内容でも述べた通り、サービス産業は一概に説明できない。従って、本講義ではまずサービス産業について概観し、その上でサービス産業とは何かを学生諸君に理解してもらうことを目指す。

準備学習等の指示

講義前に日本経済新聞のサービス産業に関わる記事を読んで、サービス産業の現状を調べておくこと。
なお、準備学習においては原則2時間程度費やすこと。

授業計画

第1回	ガイダンス
第2回	産業区分から見たサービス産業
第3回	サービス産業の歴史1（1960年代～1980年代）
第4回	サービス産業の歴史2（1990年代～現在）
第5回	わが国のサービスと世界との差異について
第6回	サービスの類型について
第7回	サービスから見たマネジメント
第8回	小結
第9回	事例研究1（外食産業）
第10回	事例研究2（ホテル業界）
第11回	事例研究3（金融業界）
第12回	事例研究4（IT業界）
第13回	サービス産業の持つ課題1（人的問題）
第14回	サービス産業の持つ課題2（サービスの考え方）
第15回	授業時試験・まとめ

評価方法

授業時試験70%、授業時レポート10%、授業への貢献度20%
なお、授業時レポートなどの課題については、逐次フィードバックをおこなう。

履修上の注意

授業時試験及び授業時レポート内容を重視する。

教科書
今村昌宏『サービスの経営学』東洋経済新報社、2010年
参考文献
講義時に連絡する。

2018/09/20(木)16:49

科目名	旅行サービス論		
担当教員名	内田　彩		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	2	単位	2

講義名	旅行サービス論
先修科目	−

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ	○	主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

旅行業は近代観光の発生と共に誕生し、20世紀のマスツーリズムの発展に大きな役割を果たした。本授業では旅行業を中心に、旅行サービスの様相について学ぶ。
具体的には国内観光の動向から旅行サービスを受ける旅行者の概況、旅行を媒介する産業をふまえたうえで、旅行サービスを提供する観光地側の概況等について理解し、旅行サービスの現状と課題を学ぶことを目的とする。

講義の到達目標

・観光産業における旅行業の役割と基本的知識を理解する。
・国内観光の動向を理解した上で旅行サービスの現状を学び、課題を解決する力を養う。

準備学習等の指示

毎回の授業ではレジュメ・資料を配布するので、予習（30分）・復習（30分）してくること。また、日頃から新聞、書籍、雑誌等で旅行動向に関する情報に関心を持ち目を通してくること（30分）。

授業計画

第1回	旅行サービスとはなにか
第2回	旅行業の誕生
第3回	旅行会社の仕組み
第4回	旅行業界の仕組み
第5回	旅行業界を取り巻く現状
第6回	観光の動向①―国内旅行者の現状と課題−
第7回	観光の動向②―訪日外国人客の現状−
第8回	観光地の動向①−訪日外国人客の課題−
第9回	観光地の動向②−観光地とは何か−
第10回	旅行業界における新たな課題
第11回	旅行業の新たな取り組み①−富裕層向け商品−
第12回	旅行業の新たな取り組み②−ニューツーリズム−
第13回	旅行業の新たな取り組み③−交流文化事業−
第14回	旅行業の展望
第15回	まとめ・授業時試験

評価方法

成績は授業時試験50%、リアクションペーパー50%を総合的に勘案し判断する。
なお、授業時試験は試験終了後、リアクションペーパーは翌週に講評する。

履修上の注意

・受講生は毎回、リアクションペーパーを提出することが義務付けられる。これは授業で学んだことを、自分自身で考え、まとめ、伝えることを目的としており、感想文ではないので注意すること。
・授業では遅刻、無断退出、私語、携帯電話の操作を禁止する。携帯の電源は切っておくかマナーモードにしておくこと。学習環境を乱す学生は厳しく対処するので注意すること。

教科書
配布プリントを用いるので特に指定しないが、必要に応じて随時紹介する。
参考文献
必要があれば、適宜指示する。

2018/09/20(木)16:50

科目名	旅行サービス論		
担当教員名	山田　耕生		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	2	単位	2

講義名	旅行サービス論
先修科目	−

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ	○	主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

これまでの旅行サービスとは、旅行者の求めに応じて鉄道や航空あるいは、ホテルや旅館を手配するのが主流なビジネスモデルであり、日本の旅行会社は手数料収入によって大きく発展してきた。しかし、2000年以降のIT化の進展によって旅行者あるいは交通・宿泊サービス業が直接やりとりするようになり、旅行サービスのビジネスモデルは大きく転換を迫られている。
　本講義では、旅行サービス産業（旅行会社）の特徴および現状を解説していく。さらに、国内の旅行会社の事例を交え、これからの旅行サービスのあり方について検討する。

講義の到達目標

旅行サービスおよび旅行業についての広範な知識と、日本における今日の動向を把握することが本講義の到達目標である。

準備学習等の指示

次回の講義の内容を授業の最後に伝えるので、事前に内容を確認し、概要を把握しておくこと。事前確認については、おおよそ1時間程度の時間を要する。また、日頃から、観光や旅行について関心を持って生活してもらいたい。その他授業についての準備学習は適宜指示する。

授業計画

第1回	オリエンテーション/旅行業とは/授業の進め方
第2回	旅行業の業務
第3回	日本の旅行業の歴史（明治期～昭和期）
第4回	日本の旅行業の歴史（平成期）
第5回	日本の旅行業および旅行業界の特徴
第6回	今日の旅行業に影響を及ぼす要素（ニューツーリズム）
第7回	今日の旅行業に影響を及ぼす要素（FIT、SIT）
第8回	今日の旅行業に影響を及ぼす要素（インバウンド）
第9回	今日の旅行業に影響を及ぼす要素（日本版DMO）
第10回	教育旅行の現状と旅行業者の役割
第11回	IT化の進展と旅行サービスの変化
第12回	主要旅行業者の動向
第13回	JTB、HIS、KNTの取り組み
第14回	まとめ/旅行業および旅行サービスの将来展望
第15回	授業時試験・まとめ

評価方法

授業時試験（50%）、レポート・リアクションペーパー（50%）を総合的に勘案し判断する。リアクションペーパーに関しては、コメントを記載し、実施翌週以降に返却する。

履修上の注意

旅行業界への就職に興味や関心がある学生は履修が望ましい。

教科書
使用しない。
参考文献
授業内で適宜指示する。

2018/09/20(木)16:52

科目名	企業会計制度/財務会計入門2		
担当教員名	坂井　恵		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2

講義名	企業会計制度/財務会計入門2
先修科目	アカウンティング入門

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ		主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

この講義では、将来、ビジネスの世界で活躍することを目指す大学生が、最低限理解しておくべき会計学の基礎を学習する。
具体的には、近代会計制度が成立するまでの歴史的経緯、今日の財務報告制度や会計監査制度、内部統制報告・監査制度等、大規模な組織の経営者や管理者に求められる知識や理論についての講義を行う。
なお、この講義では簿記技能の訓練は行わない。

【注意事項】この授業は、アカウンティング入門（旧・財務会計入門1）を過去に履修した人を対象としています。

講義の到達目標

わが国の企業会計制度の全体像を理解する。
企業会計制度の意義、限界や問題点について考える力を身につける。

準備学習等の指示

アカウンティング入門で学習したことを復習しておくこと。
授業の前に、サがつくeラーニングに掲示するレジュメを一読しておくこと。
また、授業の終了後は、指定した事項についてノートにまとめること。
毎回、授業外で2時間程度学習する必要がある。

授業計画

第1回	イントロダクション
第2回	財務会計の歴史（1）：複式簿記の生成
第3回	財務会計の歴史（2）：期間損益計算の確立
第4回	財務会計の歴史（3）：近代会計制度の成立
第5回	近代会計制度の意義
第6回	わが国の財務報告制度
第7回	財務報告の内容
第8回	財務報告基準
第9回	わが国の会計監査制度
第10回	近代会計制度の限界
第11回	わが国の内部統制報告・監査制度
第12回	内部統制の構造と機能
第13回	内部統制報告の仕事
第14回	授業時試験
第15回	まとめ・解説

評価方法

授業時試験の成績（100%）で評価する。
なお、授業時試験は通常の授業時間内に実施するため、定期試験期間中の試験は行わない。

履修上の注意

この講義の履修者は、アカウンティング入門（旧・財務会計入門1）の単位を取得していることが望ましい。

サがつくeラーニングに掲示するレジュメを、必ず授業に持参すること。
教科書
教科書は使用しない。
参考文献
必要に応じて提示する。

2018/09/20(木)16:53

科目名	企業財務論/企業財務		
担当教員名	清水　喜久		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2

講義名	企業財務論/企業財務
先修科目	−

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ	○	主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

企業における財務活動とは、いったいなにを意味しているのだろうか。実は、この質問に答えるのは難しく、ベテランのビジネスマン諸氏に尋ねてみても、多くの解釈が存在することに気づくであろう。

オフィスをのぞいてみると、「財務」という言葉をいろいろな意味で使っているケースがみられる。例えば、ある企業の財務部門では、日々の活動で生じるお金の流れをまとめている。また、予算の管理もやっているかもしれない。さらに、別の企業の財務部門は、なにか銀行の担当者と相談していたりもする・・・。そこでまず、この講義で勉強する内容について、明らかにしておきたい。

本講義では、企業が経営活動を続けるのに必要なお金の調達方法、そして、調達したお金をどのように使うのか。それらをうまくまとめて、企業の価値を高めるとはどういうことなのか、について勉強する予定である。

皆さんが、会社の経営に携わるようになったとしよう。これから4年間、大学で学ぶ広範な内容に熟知しておかねばならないことはいうまでもないが、財務に関する知識もまた、少なからぬ役割を果たしてくれることを明記しておきたい。最初は難しいと感じるかもしれないが、まずは〝全体像をつかむこと”。これが肝要である。

講義の到達目標

企業財務の初歩を理解し、実務において実践出来るようになるレベルへの到達を目標とする。

準備学習等の指示

次回講義する項目を授業の最後に指示するので、事前に内容を確認し、問題点を確認しておくこと。また、講義内容を必ず復習し、学んだ事や自分の意見をまとめておくこと。予習、復習にかかる時間は、各一時間程度を要するものとする。

授業計画

第1回	はじめに（講義内容、成績評価、その他注意事項等を説明）
第2回	「会計」と「財務」の違いはなんだろうか① -会計理論だけではダメなのだろうか？-
第3回	「会計」と「財務」の違いはなんだろうか② -財務活動とキャッシュフローについて考えよう-
第4回	企業活動における財務活動を考えてみよう -経営活動における財務の役割-
第5回	財務活動と金融マーケット −財務活動を学ぶ上で、最低限知っておきたい金融マーケット−
第6回	会社法、金融商品取引法と企業経営について① −企業活動のルールを学んでおこう−
第7回	会社法、金融商品取引法と企業経営について② −企業財務における法制度の影響−
第8回	会社にとって最適なお金の調達方法とは① -お金を借り入れよう-
第9回	会社にとって最適なお金の調達方法とは② -ビジネスに出資してもらおう-
第10回	会社における事業投資とは① -集めたお金の使い道について-
	会社における事業投資とは②

第11回	-儲かりそうなビジネスにお金を投資するのは簡単？？？—
第12回	資金を運用するとはどういうことか −ファンドマネジャーは、どのように資金運用しているのか−
第13回	企業価値創造における財務の役割について① -経営活動はいったいなにを目指すのか-
第14回	企業価値創造における財務の役割について② -企業価値とはいったいなんだろう？？？-
第15回	総　論

評価方法

授業内におけるレポート70%、授業参加度（小テスト、発言等）30%を基準とする。尚、レポート結果は次回の授業において講評を伝える。

履修上の注意

皆さんが、大学生活の4年間で履修することの多くは、社会人になるための貴重な礎となるだろう。まずは、近い将来所属することになる実社会へのトレーニングとなるよう、出来るだけ多くの事象に対して興味を抱いてもらいたい。優れたテキストを繰り返し読むことで、基本的な財務スキルに通暁することはもちろん大切だが、情報をアップ・トゥー・ディトなものにすべく、日頃から新聞等にも眼を通しておきたいものである。

なお、授業中の私語はいかなる理由があっても禁止する。注意された学生は厳しく対処するので気をつけること。また、居眠り、遅刻、携帯（スマートフォン含む）等、やる気のない者は最初から登録しないこと。

教科書

『コーポレートファイナンス入門（日経文庫）』砂川伸幸　日本経済新聞社　2017年

参考文献

『コーポレートファイナンス【上・下】』リチャード・ブリーリー、スチュワート・マイヤーズ他、日経BP社　2014年
『コーポレートファイナンスの原理』Ross,Stephen A.　Westerfield,Randolph W.他、きんざい　2012年
『コーポレートファイナンス実践講座』堀内勉、中央経済社　2014年
『日本企業のコーポレートファイナンス』砂川伸幸他、日本経済新聞出版社　2008年
『会社法入門（岩波新書）』神田秀樹、岩波書店　2015年
『会社法』（Legal Quest）伊藤靖史他、有斐閣　2015年

2018/09/20(木)16:55

科目名	財務分析/財務諸表入門		
担当教員名	清水　喜久		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2

講義名	財務分析/財務諸表入門
先修科目	−

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ	○	主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

財務分析というと、なにやら難しく聞こえるのではないだろうか？
企業が行なう様々な活動は、最終的に数字で示され、多くの利害関係者たちに提示されることになる。従って、これから活躍が期待される皆さんとしては、企業活動の集大成ともいえる数値を、ある程度理解出来なくてはならないだろう。
本講義では、企業が開示する会計上の数値を使って、マネジメントがいったいなにをやってきたのか、あるいはこれからどうしたらよいのか、幅広く学んでみたい。まずは、会計におけるフレームワークともいえる財務諸表の体系を学び、貸借対照表、損益計算書及びキャッシュ・フロー計算書等の構成要素の主要な項目の内容を勉強する。そのうえで、収益性、安全性、流動性、生産性、成長性といった代表的な財務比率の意義と計算方法を、実務上における役割を交えつつ、学習する予定である。
なお、履修に際して、特に予備知識は必要としないが、授業を受けた後、必ず復習するようにしてもらいたい。

講義の到達目標

財務分析の初歩を理解し、実務において実践出来るようになるレベルへの到達を目標とする。

準備学習等の指示

次回講義する項目を授業の最後に指示するので、事前に内容を確認し、問題点を確認しておくこと。また、講義内容を必ず復習し、学んだ事や自分の意見をまとめておくこと。予習、復習にかかる時間は、各一時間程度を要するものとする。

授業計画

第1回	はじめに −財務会計に関する科目はたくさんあるが、なにが違うのだろう？−
第2回	会社における経理財務部門の役割について考える
第3回	会計理論の基礎を復習する −企業会計原則から考える会計学初歩の初歩−
第4回	財務諸表とはなんだろう −財務諸表の概略について勉強する−
第5回	貸借対照表の基礎を学ぶ −資産・負債・純資産とは−
第6回	損益計算書の基礎を学ぶ −なぜ、こんなにたくさんの利益があるのだろうか−
第7回	キャッシュ・フロー計算書の基礎を学ぶ −お金の流れを考える−
第8回	財務分析の基礎について① −なぜ、財務分析が必要なのか−
第9回	財務分析の基礎について② −財務分析手法あれこれ−
第10回	財務分析の基礎について③ −会社は収益をあげなくてならない、とは？−
第11回	財務分析の基礎について④ −経営におけるリスクとそのコントロール−
第12回	財務分析の基礎について⑤ −会社は成長し続けなければ・・・−

第13回	会計監査と財務分析について
第14回	企業と粉飾決算について考える −なぜ起きるのか、どうしたら防げるのか−
第15回	総　論

評価方法

授業内におけるレポート70%、授業参加度（小テスト、発言等）30%を基準とする。尚、レポート結果は次回の授業において講評を伝える。

履修上の注意

皆さんが、これから大学で学ぶことの多くは、社会人になるための重要なツールとなるだろう。そこで、いずれ羽ばたくことになる実社会へのトレーニングとなるよう、出来るだけ多くの事象に対して興味を持ち、積極的に授業に参加してもらいたい。そのためには、教科書や参考書を通読するのも当然だが、日々の情報に接すべく新聞記事にも眼を通したいものである。

なお、授業中の私語はいかなる理由があっても禁止する。注意された学生は厳しく対処するので気をつけること。また、居眠り、遅刻、携帯（スマートフォン含む）等、やる気のない者は最初から登録しないこと。

教科書

『財務会計・入門（有斐閣アルマ）』桜井久勝他　有斐閣　2016年

参考文献

『決算書はここだけ読もう（2018年版）』矢島雅己、弘文堂　2017年
『ゼミナール現代会計入門』伊藤邦雄、日本経済新聞　2016年
『監査論テキスト』山浦久司、中央経済社　2015年
『最近の粉飾（第7版）-その実態と発見法-』井端和男、税務経理協会　2016年
『財務会計講義（第18版）』桜井久勝、中央経済社　2017年

2018/09/20(木)16:56

科目名	情報システム		
担当教員名	仲野　友樹		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2

講義名	情報システム
先修科目	−

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ		主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

現在、企業における経営活動には、情報システム（経営情報システム）が大きく関わっている。企業の業種、業態などにより、使われ方はさまざまであるが、経営のあらゆる場面で情報システムは利用されている。そのため、利用する機会の多い情報システムについて理解を深めることは重要である。また、現代では学生、社会人としても、情報システムに関係するコンピュータやネットワークの知識を持つことは必須の条件ということができる。

本講義では、情報システムを構成するハードウェア、ソフトウェア、ネットワークなどの仕組みと、企業における情報システムの利用のされ方について学ぶ。

講義の到達目標

本講義では、情報システムの仕組みとともに、情報システムの利用のされ方について理解し、情報システムの利用者として求められる知識を身に付けることが目標である。

準備学習等の指示

講義前に新聞を読み、情報システムに関わる記事に目を通すこと。
講義資料は事前に公開する。1時間程度かけて予習をし、疑問点などを整理しておくこと。

授業計画

第1回	情報システムの概要
第2回	経営情報システムの基盤と発展
第3回	ハードウェア
第4回	ソフトウェア
第5回	データベース
第6回	情報通信ネットワーク
第7回	モバイルコンピューティング
第8回	ソーシャルメディア
第9回	情報セキュリティ
第10回	業務アプリケーション
第11回	eビジネス/システム開発
第12回	ビッグデータ
第13回	ビジネスシミュレーション/IT資格と試験
第14回	まとめ
第15回	授業時試験・講評

評価方法

授業への貢献度20%、小テスト20%(翌週に解説を実施)、授業時試験60%

履修上の注意

初回講義時に告知する。

教科書
特になし
参考文献
小泉澄・監修　野々山隆幸・編著（2014）『最新ITを活用する　経営情報論　モバイルからビッグデータまで』 テン・ブックス

2018/09/20(木)16:57

科目名	スポーツマネジメント論		
担当教員名	中村　聡宏		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	2	単位	2

講義名	特別講義（スポーツマネジメント論）
先修科目	スポーツ・エンターテインメントサービス論

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「O」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ	○	主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

スポーツビジネスにおけるマネジメントについて考える。「事業」「強化」「管理」のあり方や、国内外のスポーツマネジメントの現状と展望について考える。また、スポーツビジネスを題材に、経営・マーケティング・広報などの基本的な考え方や市場原理を学ぶとともに、スポーツビジネスならではの特殊性を理解する。

講義の到達目標

・スポーツを単なる競技やエンターテインメントとして顧客の立場で楽しむのではなく、「サービスを創る側の視点」からスポーツビジネスを捉え、スポーツにおける経営・マネジメントを構造的に理解する。
・また、スポーツマネジメントを理解することで、国内外の経営・経済活動・市場動向に関するニュースについて自分なりに解釈できる力を身につける。

準備学習等の指示

・講義中にとった自分のノートと、講義資料（サがつくeラーニングで提供）を講義後に読み返して整理すること。また、講義中に紹介された参考文献に目を通すこと。講義後の復習には、1-2時間程度を要する。
・講義で学んだことを、日常（ゼミ、プロジェクト活動、クラブ・サークル活動、アルバイト、ニュース、スポーツ観戦等）と結びつけて考える習慣をつけること。

授業計画

第1回	ガイダンス　―スポーツビジネスの基礎知識―
第2回	スポーツマネジメントってなんだ？
第3回	スポーツ経営を考える
第4回	スポーツリーグ産業の現状を知る
第5回	スポーツビジネスのガバナンス
第6回	ステークホルダーを理解する
第7回	スポーツにおける顧客戦略
第8回	スポーツマーケティングとメディア戦略
第9回	スポンサーシップとライセンスを考える
第10回	スタジアム＆アリーナを考える
第11回	フィールド・マネジメント　―選手・競技を理解する―
第12回	スポーツビジネスの変遷　―オリンピック、ワールドカップ、プロ野球、Jリーグ、Bリーグ―
第13回	スポーツ経営人材の必要性
第14回	総括　―スポーツビジネスの現在地、そして未来へ―
第15回	授業内試験・講評

評価方法

授業への参加度・貢献度　30%、授業内レポート・課題　20%、授業内試験　50%
授業内レポート・課題については次回以降の授業内で、また、授業内試験については試験終了後に講評を行う。

履修上の注意

・本講では、「スポーツビジネスにおけるマネジメント・経営」について考える。単に「スポーツが好き」ではなく、本講を通じて「徹底的に考えることにチャレンジする意欲がある」学生の受講を期待する。また、スポーツビジネス・プロジェクトに参加する学生は本講座の受講を推

奨する。
・下記の事前課題に取り組み、第1回講義で提出・発表できるように準備しておくこと。

【事前課題】
スポーツをビジネス視点でとらえた時に、「上手な経営ができている」と思われる事例を1つ（複数でもOK）挙げ、なぜそれがうまく行っていると思うのか論じなさい。

※上記についてWordA4用紙1枚程度（文字数・書式自由）にまとめて出力し、第1回目の授業内で発表（提出）できるように準備しておくこと（学籍番号・氏名を明記すること）。

教科書

使用しない。

参考文献

必要に応じて、講義内で適宜紹介する。

2018/09/20(木)16:58

科目名	スポーツマンシップ論		
担当教員名	中村　聡宏		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	1	単位	2

講義名	特別講義（スポーツマンシップ論）
先修科目	−

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ	◎	主体性・責任感	○	チャレンジ精神・実践力	○
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能		専門的な知識・技能	
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

ポケットオクスフォードによれば、「Sportsman」=「Good Fellow」とあるように、スポーツマンとは「他者を尊重し、覚悟を持ち、自らの勇気ある意志で全力を尽くすことのできる人」である。スポーツが現在のような形式を整えた歴史的背景を知るとともに、社会の構成メンバーとして「よりカッコよく生きる」こととはどういうことかを考える。

講義の到達目標

・「スポーツマンシップ」の理解を通じて、「尊重する能力」「自己客観力」「論理的思考力」「実践力」の習得をめざす。
・「スポーツが持つ社会的な意味」を理解し、「カッコよく生きる」「よき市民となる」ことが大学で学ぶこととどのように結び付いているのかを考える。
・「スポーツマンシップとは何か？」という質問に対して、適切に答えられるようになり、スポーツマンシップを実践する（しようと努力できる）人になる。

準備学習等の指示

・講義中にとった自分のノートと、講義資料（サがつくeラーニングで提供）を講義後に読み返して整理すること。また、講義中に紹介された参考文献に目を通すこと。講義後の復習には、1-2時間程度を要する。
・講義で学んだことを、日常（ゼミ、プロジェクト活動、クラブ・サークル活動、アルバイト、ニュース、スポーツ観戦等）と結びつけて考え、行動する習慣をつけること。

授業計画

第1回	ガイダンス　―スポーツマンシップを理解する意味―
第2回	スポーツとはなにか
第3回	スポーツマンってどんな人？
第4回	「尊重（Respect）」の精神
第5回	スポーツマンシップを学ぶ「覚悟」
第6回	スポーツマンに求められる「勇気」
第7回	なぜ、当事者意識が必要なのか
第8回	なぜ、ルールを尊重するのか
第9回	スポーツと体育の違い
第10回	事例で考えるスポーツマンシップ
第11回	考えよう！　行動しよう！ ―コミュニケーション力と実践力―
第12回	スポーツマンシップで強くなるか
第13回	自らを客観視した先に
第14回	スポーツマンたちのコトバ
第15回	総括　―社会課題とスポーツマンシップ―

評価方法

授業参加度・貢献度　50%、授業内レポート・課題・プレゼンテーション　50%
授業内レポート・課題・プレゼンテーションについては次回以降の授業内で講評を行う。

履修上の注意

本講では、「スポーツマンシップ」について徹底的に考える。ただし、スポーツマンシップはスポーツに限定した話ではなく、人が生きる上での倫理の問題でもある。したがって、スポーツへの興味・関心の有無や、スポーツの好き嫌いについては、全く不問である。「考えることが好きな人」や本講を通じて「考えることにチャレンジする意欲のある人」の受講を期待する。また、スポーツビジネス・プロジェクトへの参加を希望する学生には、ぜひ受講してほしい。
教科書
広瀬一郎『新しいスポーツマンシップの教科書』(学研教育出版、2014年)
参考文献
必要に応じて、講義内で適宜紹介する。

2018/09/20(木)16:59

科目名	経営組織論		
担当教員名	松村　洋平		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2

講義名	経営組織論
先修科目	-

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ	○	主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

現代は組織社会と言われる程、組織は社会や人間に大きな影響を及ぼす。それ故、卒業後組織と本格的なお付き合いが始まる諸君にとって、組織についての関心と理解を深めることは意義があると言えよう。本講義においては、組織の実体に迫るべく、職務・感情・権限・政治・意思決定・意味・知識の体系といった様々な組織の見方・捉え方について理論と実践の両面から明らかにしていく。

講義の到達目標

この講義の到達目標は、各自が下記の「授業計画」に示されたそれぞれの問いに対して、その問いに関わる組織論の基本概念を基に、自らの問題意識をもって自らの言葉で応答できるようになることである。

準備学習等の指示

①講義中にとった自分のノートを講義資料とともに講義後毎回読み返し整理しておくこと。
②講義中に紹介された参考文献は、できる限り目を通すこと。
③講義で学んだ理論を常に日常の生活（部活動、ゼミ活動、プロジェクト活動、アルバイト、新聞記事等）に当てはめて考える習慣をつけること。
※　以上のことを学習するには、毎回2時間程度を要する。

授業計画

第1回	ガイダンス
第2回	組織とは何か、組織と組織でないものの違いは何か
第3回	組織のなかで見えるものは何か
第4回	組織において誰が何をどのように決めるのか
第5回	何故部下は上司の命令に従うのか
第6回	組織をどのようにデザインするか①（ライン組織とファンクショナル組織）
第7回	組織をどのようにデザインするか②（ライン・アンド・スタッフ組織）
第8回	組織と個人の関係はどうあるべきか
第9回	組織と組織をどのようにつなげるか①（合併・買収）
第10回	組織と組織をどのようにつなげるか②（アライアンス）
第11回	組織のなかの見えないものとは何か
第12回	組織のなかの見えないものはどのように作られるか
第13回	組織のなかの見えないものにどのような機能があるのか
第14回	組織を変えるにはいかなるリーダーシップが必要か
第15回	まとめ

評価方法

定期試験100%

履修上の注意

・大学生らしい授業を行いたい。学生諸君は、受身ではなく主体的に学ぶ努力をしてもらいたい。
・快適な授業環境を保つために、極力自由な雰囲気で授業を進めていくつもりだが、他人の迷惑になる行為（授業中の私語、携帯の使用、ゴミの放置等）については厳禁とし、厳しく対処していくので留意すること。

教科書
特に使用しない。
参考文献
適宜、授業中に紹介する。

2018/09/20(木)17:11

科目名	サービスマネジメント論/経営学入門2		
担当教員名	吉田　優治		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2

講義名	サービスマネジメント論
先修科目	「サービス創造入門」「経営学入門1」

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ		主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	○
※CUC6つの能力要素詳細					

講義内容
サービスのアイディアを発想して実現するためのマネジメントプロセスには、大別して「起業してアイディア実現するためのマネジメント」と「既存組織においてアイディア実現するためのマネジメント」がある。 本科目ではこれら二つのマネジメントを受講者の自分ごととして考えることを通じてサービスを実現させるためのマネジメントについて学ぶ機会にしたい。
講義の到達目標
起業するための創業計画書を作成する力、既存の組織でサービス創造するための実践的マネジメント力。
準備学習等の指示
創業計画書と最終レポートを作成するために毎講義の準備と整理に少なくとも2時間以上の事前学習が求められる。その蓄積が創業計画書や最終レポートの作成に活かされる。創業計画書を作成するために授業外で可能な限りの時間とエネルギーを使ってほしい。数時間で創業計画書を作成しようという学生は受講しないでほしい。さらに最終レポートを作成するためには自分で情報を収集し、自分で考え、自分の意見を表明することが求められる。そのためには可能な限り時間とエネルギーを使ってほしい。
授業計画

第1回	なぜ、サービス創造をしなければならないのか。
第2回	サービス創造をマネジメントする方法：「起業でアイディア実現をマネジメントする」と「既存組織でアイディア実現をマネジメントする」
第3回	起業経験者Aによるレクチャー:「どうして起業したのか、どんなサービス創造のアイディアを実現したかったのか ？」
第4回	起業経験者Bによるレクチャー:「起業するためにどんな準備をしたのか？」
第5回	日本政策金融公庫の若者創業支援とは？
第6回	銀行融資担当者によるレクチャー:「起業するために準備しなければならないこと」
第7回	創業計画書の策定について講義する。
第8回	創業計画書の策定の手掛かりを説明する。＊ 2週間後に創業計画書を中間レポートとして提出する。
第9回	実務家Aからのレクチャー:「企業内サービスイノベーションの必要性」
第10回	実務家Bからのレクチャー:「古いサービスを破壊的にイノベーションする」
第11回	組織内サービス創造：　何を破壊して何を創造するのか。
第12回	サービス創造のためのサービスモデルを構築する。
第13回	経営者によるサービス創造マネジメント。
第14回	管理者によるサービス創造マネジメント。
第15回	科目を総括する。　＊ 最終日に「企業内サービスイノベーションのマネジメントについて」最終レポートを提出する。

評価方法
創業計画書の内容評価35%、積極的な参加30%、最終レポートの評価35%
履修上の注意

教科書
参考文献

2018/09/20(木)17:12

科目名	プロデュース論		
担当教員名	西尾　淳		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	2	単位	2

講義名	プロデュース論/特別講義（プロデュース論）
先修科目	プロジェクトマネジメント入門

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ		主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	○
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

サービス産業においてその価値を決めるのはクリエイティブであるかどうかである。新しい価値、他とは違う価値を生み出す上で「こうすれば上手くいく」とか「正解はこれだ」と教えてくれる人はいない。「こういうことをやりたい」「こういう状況を作り出したい」という熱い思いを持ち、実現するために行動することが重要だ。そのためにはプロデュースという概念を理解し実践することが有効である。この講義では、広告映像制作・エンターテインメントイベント・地域活性化・IT事業開発・飲食店開発・ベンチャービジネスなど、多くのプロデュース事例を参考としながら、講義と演習の積み重ねによりプロデュース力の必要性を理解する。

講義の到達目標

この講義を通じてプロデュースという概念を理解すること。さらにはそれを自身の学生生活や人生に活かす思いを持つこと。また、実社会で活躍しているプロデューサーと接することで、新しいサービスを生み出すことのリアリティを掴むこと。

準備学習等の指示

履修希望者は、自分が行いたいと思うプロジェクトのイメージをA4用紙1枚にまとめ、2回目講義時に提出すること。準備学習として、社会で活躍しているプロデューサーで、強く関心を持った人物について書籍・新聞・インターネット等で調べておくこと。授業で出された宿題は必ずやること。レポート作成3～5時間、準備学習3～5時間を想定。

授業計画

第1回	ガイダンス「プロデュースとは何か」
第2回	プロデュースの全体像①ビジョン：何をやりたいか・なぜやりたいか
第3回	プロデュースの全体像②ストラテジー：突破口を開くアイデア・自分の役割・他者の役割
第4回	プロデュースの全体像③バリュー：プロデュースの必要性・社会への波及効果
第5回	プロデュース事例①　地域再生のプロデュース
第6回	プロデュース事例②　農業再生のプロデュース
第7回	プロデューサーの仕事①　エンターテインメントイベント・プロデューサー講演
第8回	プロデューサーの仕事②　広告制作プロデューサー講演
第9回	プロデューサーの仕事③　飲食店開発＆地域活性化プロデューサー講演
第10回	プロデューサーの仕事④　IT事業プロデューサー講演
第11回	プロデューサーの仕事⑤　飲食空間プロデューサー講演
第12回	プロデュース演習（自分の夢をかなえるためのプロデュース）①：ビジョン
第13回	プロデュース演習（自分の夢をかなえるためのプロデュース）②：ストラテジー
第14回	プロデュース演習（自分の夢をかなえるためのプロデュース）③：バリュー
第15回	まとめ・講評

評価方法

授業への参加度50%・課題取組の習熟度30%・プレゼン20%　授業内課題のフィードバックは、後日講義内で優秀解答を中心に行う。

履修上の注意

履修にあたっては「プロジェクトマネジメント入門」を修得している事が望ましい。

教科書
参考文献
プロデュース入門：平野暁臣著（2009年・イーストプレス） プロデュース能力：佐々木直彦著（2008年・日本能率マネジメントセンター）

2018/09/20(木)17:13

科目名	美術		
担当教員名	西尾　淳		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	1	単位	2

講義名	美術
先修科目	−

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ		主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	○
相互理解・コミュニケーション力	◎	普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

新たな価値を創造（クリエイト）するためにはまず、人の気持ちを想像（イメージ）しなくてはならない。想像力を育む上で絵画・写真・映像などからメッセージを読み取る訓練は有効である。この講義では多くのビジュアルを事例として紹介すると同時に、多くの演習課題を通して想像力を解放させることを目指す。

講義の到達目標

身の回りの様々なビジュアルを題材に「見る力」を、設定する課題を通して「想像する力」と「創造する力」を、さらには「人に伝える力」を身につけることを目的とする。

準備学習等の指示

課題に対して人と違った視点を持ち想像力をはたらかせビジュアルで表現することを目指す。講義ではイメージを実際にスケッチとして紙に書くことと同時に、自分が表現したい内容について文章で説明することも求める。絵が上達することを目指す講義ではないが、日常的に絵を描く練習をしておくと、アイデアをビジュアル化する際に手が動かないといったことがなくなるので良い。筆記用具としてパイロット・フリクションボール（0.7㎜）を各自用意すること。準備学習として毎日30分程度で良いので紙に「人」「花」「車」「風景」など、各自がテーマを決めて描く練習をすること。

授業計画

第1回	ガイダンス 「ビジュアルはメッセージだ」
第2回	ビジュアルをコトバ化する
第3回	講評
第4回	コトバをビジュアル化する
第5回	講評
第6回	ストーリーをビジュアル化する
第7回	講評
第8回	音楽をビジュアル化する
第9回	講評
第10回	自分のポスター制作①　自分の何を伝えるのかを考える
第11回	自分のポスター制作②　どのようなビジュアルにするのか考える
第12回	自分のポスター制作③　どのように撮影するか考える
第13回	自分のポスター制作⑤　撮影
第14回	自分のポスター制作⑥　デザイン
第15回	講評

評価方法

授業参加度50%、授業内課題50%　授業内課題のフィードバックは後日講義内で、優秀作品を中心に講評を兼ねて行うこととする。

履修上の注意

教科書
参考文献
そのつど資料を配布する。

2018/09/20(木)17:14

科目名	消費者行動論		
担当教員名	仁平　京子		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2

講義名	消費者行動論
先修科目	マーケティング入門

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ		主体性・責任感	○	チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

製品やサービスの提供者である企業は、わたしたち消費者のニーズ（欲求）の変化に対応してマーケティング戦略に新たな工夫がなされ、それが再び、消費者のライフスタイルや行動を変化させている。この講義では、企業のマーケティング活動やマーケティング・コミュニケーションの対象となる消費者の行動の背後のメカニズムを理解するために、心理学や社会学、社会心理学、マス・コミュニケーション論、文化人類学、経済学、行動経済学、マーケティング論などのさまざまな学問分野との関連性から、消費者行動を「学際的（複数の異なる学問領域にまたがる）視点」から理解することを目的とする。

そして、この講義では、消費者行動研究の中心的課題であるブランド選択の意思決定や情報処理といった購買過程だけではなく、消費者の購買後の使用行動やリサイクル・廃棄の決定、消費の文化的意味の解釈などのポストモダン消費者行動についてもとりあげて、現代の消費者への理解をさらに深めていく。

講義の到達目標

本講義では、以下の3点を身につけることを目的とする。
①客観的な視点（もう一人の自分）から、自分自身の日々の購買行動や消費行動、購買後行動を分析する。
②消費者行動論に関わる専門用語の名称とその意味を理解して、自ら専門用語を表現できるようになる。
③消費者行動やマーケティング戦略、小売戦略に関わる問題解決や改善の方法（戦略）を考える。

準備学習等の指示

・予習（60分）、復習（60分）。
・シラバスや授業内容をもとに、教科書の指定されたページの予習・復習、プリント教材やノートなどの復習を行う。

授業計画

第1回	消費者行動とマーケティング：消費者とは？（①最終消費者、②産業財消費者）／選択行動としての消費者行動／買物行動としての消費者行動／消費者行動とマーケティング・ミックス
第2回	消費者行動と心理学：消費者行動研究の歴史と学際性／消費者心理学／消費者行動の経済学的アプローチ
第3回	消費者の問題認識と購買意思決定（1）：問題解決者としての消費者／消費者意思決定モデル（①ハワード＆シェスのS-O-R型モデル、②ベットマンの消費者情報処理モデル）／消費者意思決定の段階とマーケティング戦略
第4回	消費者の問題認識と購買意思決定（2）：消費者の決定フレーミング／プロスペクト理論／消費者の心理的財布／選択ヒューリスティクスの状況依存性
第5回	消費者の知覚：知覚とは？／知覚の選択性／知覚の刺激要因／知覚の個人要因／ゲシュタルト心理学／知覚リスク
第6回	消費者の知識と記憶：記憶モデルの種類／短期記憶と長期記憶／長期記憶の構造／長期記憶の知識構造／記憶と情報処理
第7回	消費者の学習：学習とは？／パブロフの古典的条件づけ／強化と消去／般化と弁別／記憶と忘却／学習と反復の効果
第8回	消費者の動機づけと感情：動機づけとは？／モチベーション・リサーチ／マズローの欲求五段階説／消費者のフラストレーションと要求水準／消費者のコンフリクト
第9回	消費者の態度と関与／態度とは？／態度と行動の関係／関与とは？／さまざまな関与概念／関与水準と購買意思決定
第10回	消費者の個人特性：パーソナリティ特性と消費者行動／ライフスタイルと消費者行動／ライフスタイル変数の導入の経緯／ライフスタイル研究の手法と事例／ライフスタイル研究の説明力と有効性
第11回	家族と世帯の消費者行動：家族と世帯の違い／消費者の集団的購買意思決定／準拠集団の影響力／集団の圧力と同調性／準拠集団とマーケティング戦略
第12回	くちコミ（クチコミ、口コミ）と消費者行動：ポジティブなくちコミ（良いくちコミ）とネガティブなくちコミ（悪いくちコミ）の影響力／ソーシャル・ネットワークとくちコミ／くちコミ・マーケティング

第13回	消費者行動と文化的要因：下位文化（サブカルチャー）の消費者行動／下位文化とマーケティング戦略／グローバル・マーケティングと消費者行動
第14回	ニューロマーケティングと消費者の意思決定：ニューロマーケティングとは？／ニューロマーケティングの対象領域と主な脳部位／消費者行動とニューロマーケティング
第15回	授業時試験とその解説

評価方法

・具体的な授業の到達目標にあげた項目を身につけたかどうか、授業時試験や授業時レポートを通じて確認する。この講義では、授業時試験の成績（70%）、授業時レポート（2回）（30%）、受講態度を加味して総合的に成績評価をする。
・授業内課題は、授業中に内容を紹介し、説明や講評を行う。
・私語や携帯電話の使用など、著しく受講態度が悪い場合には、その場で評価を減点する。

履修上の注意

・基本的には、講義形式を中心とするが、授業のテーマによっては、「グループ・ディスカッション」などのグループ学習を行う場合もある。
・プリント教材を多く用いるため、各自、ファイルを作成する。
・授業中の私語や携帯電話の使用は、固く禁止している。
・パワーポイントを使用して授業を進行するため、遅刻をしないように留意する。

教科書

なし

参考文献

・青木幸弘著『消費者行動の知識（日経文庫）』、日本経済新聞出版社、2010年。
・井上崇通著『消費者行動論』、同文舘出版、2012年。
・杉本徹雄編著『新消費者理解のための心理学』、福村出版、2012年。
・平久保仲人著『消費者行動論―なぜ、消費者はAではなくBを選ぶのか！』、ダイヤモンド社、2005年。

2018/09/20(木)17:15

科目名	ファッションサービス論/ファッション業界セミナー		
担当教員名	仁平　京子		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	2	単位	2

講義名	ファッションサービス論/ファッション業界セミナー
先修科目	マーケティング入門、消費者行動論、マーケティング戦略論2

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ		主体性・責任感	○	チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

ファッション業界やファッションビジネスは、大きな変革期を迎えている。そして、現代の消費者には、新しい価値観やライフスタイル、嗜好などの変化が表れている。

このようなファッション業界やファッションビジネスは、どのような時代の変遷を経て今日の状況に至ったのだろうか。この授業では、マーケティング戦略やブランド戦略、サービスの視点から、ファッション業界やファッションビジネスは、どのような戦略の方向性が見出せるかを理解することを目的とする。

講義の到達目標

ファッション消費や流行、ファッション業界、ファッションビジネスの事例を取り上げながら、ファッションサービスに関わる基礎知識を習得することを到達目標とする。

準備学習等の指示

・予習（60分）、復習（60分）。
・シラバスや授業内容をもとに、プリント教材やノートの復習を行う。
・ファッション業界やファッションビジネスについて、ファッション誌や新聞、インターネット等で情報収集して、ファッションに関わる予備知識を得ること。

授業計画

第1回	第1回　授業のオリエンテーション／ファッションとは何か
第2回	第2回　ファッション業界のしくみ（ゲスト講師）
第3回	第3回　ファッション業界の仕事（ゲスト講師）
第4回	第4回　流行のメカニズム（1）／流行とは／流行現象の情報的影響と規範的影響／新製品や流行の普及プロセス／流行の採用動機
第5回	第5回　流行のメカニズム（2）／トレンドカラー／流行の歴史（1980年代～現在）／製品ライフサイクルと計画的陳腐化、CSR（企業の社会的責任）
第6回	第6回　ファッション業界の最近の話題／「エシカル」について考える（ゲスト講師）
第7回	第7回　ファッション市場とDCブランド／デザイナーズブランド／キャラクターズブランド／DCブランドブーム／モノトーンブーム
第8回	第8回　ファッションビジネス（1）／ファッション業界の流通構造／素材業界、アパレル業界、小売業界
第9回	第9回　ファッションビジネス（2）／マーチャンダイジングの実際／商品計画、価格設定、販売計画、流通
第10回	第10回　ファション企業研究（1）／ファストファッションとは何か／世界のファストファッション・ブランド①（ユニクロ（UNIQLO）、GU、しまむら、無印良品、コムサイズム（COMME CA ISM ）、Honeys、GAP、FOREVER21）
第11回	第11回　ファション企業研究（2）／世界のファストファッション・ブランド②（Abercrombie & Fitch、Armani Exchange、Urban Outfitters、Lucky Brand Jeans、ZARA、Bershka、H&M、TOP SHOP、C&A）／世界のアパレル業界売上高ランキング
第12回	第12回　ファション企業研究（3）／しまむらとファーストリテイリング（UNIQLO）の比較／しまむらのプライベート・ブランド（PB）の開発／都市部の新規出店とインターネット通販の課題
第13回	第13回　ファション企業研究（4）／製造小売業とは何か／SPAとは何か／SPA第一世代（GAPとユニクロ（UNIQLO）／SPA第二世代（ZARAとH&M）／他のSPAの業態の事例
第14回	第14回　アパレルECサイトの発展と消費者の購買行動／オンライン・ショッピングと情報行動／アパレルECサイト（ZOZOTOWN、ユニクロオンラインストア、マルイウェブチャネル、ユナイテッドアローズ、MAGASEEK、ローリーズファーム）
第15回	第15回　授業時試験・まとめ

評価方法
・具体的な授業の到達目標にあげた項目を身につけたかどうか、授業時試験や授業時レポートを通じて確認する。この講義では、授業時試験（記述式、選択式、論述式の問題形式から出題）（70%）、②授業時レポート（2回）（15%）、③ゲスト講師へのリアクションペーパー（3回）（15%）、④受講態度などを総合して成績評価をする。 ・授業内課題は、授業中に内容を紹介し、説明や講評を行う。 ・私語や携帯電話の使用など、著しく受講態度が悪い場合には、その場で評価を減点する。
履修上の注意
・ゲスト講師への感謝と敬意を持って授業に臨むこと。 ・基本的には、講義形式を中心とするが、授業のテーマによっては、「グループ・ディスカッション」などのグループ学習を行う場合もある。 ・プリント教材を多く用いるため、各自、ファイルを作成する。 ・授業中の私語や携帯電話の使用は、固く禁止している。 ・パワーポイントを使用して授業を進行するため、遅刻をしないように留意する。
教科書
必要に応じて、授業内で紹介する。
参考文献
なし。

2018/09/20(木)17:16

科目名	サービスマーケティング論/サービス・マーケティング		
担当教員名	宮澤　薫		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2

講義名	サービスマーケティング論/サービス・マーケティング
先修科目	マーケティング入門

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ		主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	○
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

我が国においてサービス産業の重要性はますます高まっている。加えて、消費者の多様化、高度化したニーズに対応するため、サービスはメーカーのマーケティング活動にも幅広く取り入れられるようになっている。こういった背景を踏まえ、本講義では、サービの特異性、サービスとモノとの性質の違いを理解した上で、その性質に基づく特有のマーケティング戦略について学んでいく。また、サービス・マーケティングの実際について、事例を取り入れながら具体的な説明を行う。

講義の到達目標

サービス・マーケティングに関する基礎的知識の習得と、実際のケースを読み解く応用力を身につけることを目標とする。

準備学習等の指示

講義内容を復習し、理解を深めた上で次の講義に参加すること。また、講義内容に関連する事柄を参考文献等で調べ、内容と不明点をまとめておくこと。復習および関連学習には、それぞれ1時間程度の時間を要する。

授業計画

第1回	ガイダンス
第2回	サービスの定義と特徴
第3回	サービスの分類と構成要素
第4回	サービス品質
第5回	サービス・マーケティングの枠組み
第6回	サービス・モデルの構築①サービス・プロダクトと価格
第7回	サービス・モデルの構築②プロモーションとチャネル
第8回	サービス・プロセスの設計とマネジメント
第9回	サービス環境の構築
第10回	サービス・スタッフのマネジメント
第11回	顧客との関係性構築と維持
第12回	サービス・リカバリー
第13回	サービスとブランディング
第14回	まとめ
第15回	授業時試験・講評

評価方法

授業への貢献度（10%）、授業時レポート（20%）、授業時試験（70%）
授業時レポートについては、実施後にいくつかのサンプルを通じて、評価のポイント、減点ポイント等、評価基準を明確に示し、その後のレポート作成や、授業時試験に生かしていけるよう指導を行う。

履修上の注意

・マーケティングに関する基礎的知識を有することが望ましい。
・上記の授業計画、成績評価方法は、履修者の規模によって変更の可能性がある。

教科書

特に指定しない。

参考文献

Lovelock,C. and J.Wirtz(2007)『ラブロック＆ウィルツのサービス・マーケティング』(白井義男監修/武田玲子訳　2008年）ピアソン・エデュケーション
山本昭二（2007）『サービス・マーケティング入門』日本経済新聞出版社
伊藤宗彦、高室裕史編著（2010）『1からのサービス経営』碩学舎
近藤隆雄（1999）『サービス・マーケティング～サービス商品の開発と顧客価値の創造～』生産性出版

2018/09/20(木)17:17

科目名	国際観光サービス論		
担当教員名	山田　耕生		
学部	サービス創造学部	開講学期	2018年度 秋学期
学年	2	単位	2

講義名	特別講義（国際観光サービス論）
先修科目	−

この授業を通じて身につける＜CUC 6つの能力要素＞		（主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内）			
社会規範意識・誠実さ		主体性・責任感		チャレンジ精神・実践力	
相互理解・コミュニケーション力	○	普遍的な知識・技能	○	専門的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

講義内容

21世紀に入り、世界ではグローバル化が進展しているが、観光分野においても、各国・地域間の人々の往来は増加している。観光は異なる文化の接触を伴う現象であるが、それがゆえに、他地域の文化を理解することが重要になってくる。とりわけ、ホテル業や交通サービス業に従事する場合は、日本の文化を伝えるとともに、訪日する外国人旅行者の居住する国・地域の文化の理解は不可欠になる。
本講義では、世界の様々な国・地域を取り上げ、その文化や観光、サービスの特徴を解説していく。

講義の到達目標

日本やヨーロッパ、アメリカなどの地域文化とサービスの特徴を理解することが本講義の到達目標である。

準備学習等の指示

次回講義の国・地域について授業の最後に伝えるので、事前に内容を確認し、おおよその概要を把握しておくこと。事前確認については、おおよそ1時間程度の時間を要する。また、日頃から、観光や旅行について関心を持って生活してもらいたい。その他授業についての準備学習は適宜指示する。また、日頃から、観光や旅行について関心を持って生活してもらいたい。その他授業についての準備学習は適宜指示する。

授業計画

第1回	オリエンテーション/授業の進め方、内容/「国際観光サービス論」とは
第2回	日本の地域文化の特徴
第3回	ヨーロッパ、アメリカの地域文化・サービスの特徴
第4回	イギリス
第5回	フランス
第6回	ドイツ
第7回	北欧（ノルウェー、フィンランド）
第8回	ロシア
第9回	イタリア
第10回	スペイン
第11回	アメリカ合衆国
第12回	メキシコ
第13回	ニュージーランド
第14回	まとめ/今後の国際観光サービスの展望
第15回	授業時試験・まとめ

評価方法

授業時試験（40%）、リアクションペーパー（60%）を総合的に勘案し判断する。リアクションペーパーに関しては、コメントを記載し、実施翌週以降に返却する。

履修上の注意

観光・レジャー業界への就職を希望する学生は積極的に履修してほしい。

教科書
使用しない。
参考文献
各回の講義において適宜指示する。