

2017/04/05(水)16:04

科目名	サービス企業セミナー2		
担当教員名	滝澤 淳浩		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	3	単位	1
講義名	-		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>本講義は、サービスにまつわる業界(ファッション、ブライダル、小売流通、物流、商社)や企業、またそれぞれの業界・企業における仕事や業務等について、理解と関心を深めることを目的とする。毎回、公式サポーター企業やその他企業等でご活躍されているビジネスパーソンをゲスト講師にお招きし、セミナー形式で進める。</p> <p>① 自社を取り巻く業界の概要、特徴          ② 自社の概要、特徴          ③ 自社における主な仕事内容とその魅力や苦勞、期待される人物像</p>			
講義の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・サービスにまつわる業界(ファッション、ブライダル、小売流通、物流)および当該企業について興味・関心を深めること。</li> <li>・また、当該業界や企業について、概要や特徴などを理解し、説明できるようになること。</li> </ul>			
準備学習等の指示			
<p>来校される企業およびその企業が属する業界について調べておくこと。また、普段から新聞やテレビ、インターネットのニュースを見るように心掛け、興味を持ったことを自分の手帳やノートに書き留める。予習復習を合わせ1時間程度必要。</p>			
授業計画			
第1回	オリエンテーション		
第2回	サービス企業からのゲストによるセミナー①(ファッション業界-1)		
第3回	サービス企業からのゲストによるセミナー②(ファッション業界-2)		
第4回	サービス企業からのゲストによるセミナー③(ブライダル業界)		
第5回	サービス企業からのゲストによるセミナー④(小売流通業界)		
第6回	サービス企業からのゲストによるセミナー⑤(物流業界)		
第7回	サービス企業からのゲストによるセミナー⑥(商社業界)		
第8回	まとめ		
評価方法			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・授業貢献度・参加度 50%</li> <li>・授業内レポート 50%</li> </ul> <p>上記を総合的に勘案して評価する。授業内レポートについては、実施翌週の講義内で優れたものを発表しコメントする。</p>			
履修上の注意			
<p>ゲスト講師への感謝と敬意を持って授業に臨むこと。</p> <p>① 始業時間の厳守          ② 私語、内職、飲食、携帯電話の使用は厳禁</p> <p>以上の注意が守れない場合、あるいは担当者の指示に従わない場合は厳しく対処する。</p>			
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。			



2017/04/05(水)16:06

科目名	サービス企業セミナー3		
担当教員名	中村 聡宏		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	3	単位	1
講義名	-		
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	○
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>本講義は、サービスにまつわる業界(エンターテインメント、スポーツ、健康、その他)や企業、またそれぞれの業界・企業における仕事や業務等について、理解と関心を深めることを目的とする。毎回、公式サポーター企業やその他企業等でご活躍されているビジネスパーソンをゲスト講師にお招きし、以下の①～③についてセミナー形式で講義する。</p> <p>① 自社を取り巻く業界の概要、特徴  ② 自社の概要、特徴  ③ 自社における主な仕事内容とその魅力や苦勞、期待される人物像</p>			
講義の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・サービスにまつわる業界(エンターテインメント、スポーツ、健康、その他)および当該企業について興味・関心を深めること。</li> <li>・また、当該業界や企業について、概要や特徴などを理解し、説明できるようになること。</li> </ul>			
準備学習等の指示			
<p>来校される企業およびその企業が属する業界について調べておくこと。また、講義後、その講義内容について、また企業およびその企業が属する業界に関する情報について調べること。事前・事後ともに1時間程度を要する。</p>			
授業計画			
第1回	オリエンテーション		
第2回	サービス企業からのゲストによるセミナー①(エンターテインメント業界)		
第3回	サービス企業からのゲストによるセミナー②(健康業界)		
第4回	サービス企業からのゲストによるセミナー③(スポーツ業界)		
第5回	サービス企業からのゲストによるセミナー④(スポーツ関連業界)		
第6回	サービス企業からのゲストによるセミナー⑤(メディア業界)		
第7回	サービス企業からのゲストによるセミナー⑥(IT業界)		
第8回	サービス企業からのゲストによるセミナー⑦(その他業界)		
評価方法			
<p>授業への参加度 50%、授業内レポート 50%  授業内レポートについては、次回以降授業内で講評を行う。</p>			
履修上の注意			
<p>ゲスト講師への感謝と敬意を持って授業に臨むこと。  以下の注意が守れない場合、あるいは担当者の指示に従わない場合は厳しく対処する。</p> <p>① 始業時間の厳守  ② 私語、内職、飲食、携帯電話の使用は厳禁</p>			
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。			

2017/04/05(水)16:22

科目名	プロジェクトマネジメント入門		
担当教員名	西尾 淳		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2
講義名	プロジェクトマネジメント入門		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
プロジェクトとは、特定の目的を達成するための有期の活動である。この講義では、プロジェクトをより良く推進する上で必要なマネジメントとは何かを、体系的に学習することを目的とする。目標の設定、目標達成するための活動計画、タスク・スケジュール・コスト管理など、プロジェクトに必要な要素を整理・学習する。この講義は後に履修する「プロジェクト実践」で、実際にプロジェクトを立ち上げ、計画・実行をおこなう時の基本となる。また、卒業後、ビジネス界で各種のプロジェクト活動を遂行するに際しての有力な武器となる。			
講義の到達目標			
ビジネス界におけるプロジェクトの意味を理解し、プロジェクトの目標設定、計画、運営、管理などの基本を習得する。また、学部における「プロジェクト実践」を有効な活動とするための基礎力を身につける。			
準備学習等の指示			
自分がやりたいと考えるプロジェクトについて、400～800文字で文章化し、第2回目の講義時に提出すること。準備学習として、社会において「～プロジェクト」と名の付いた事例で強く関心を持った案件に関し、概要を書籍・新聞・インターネット等で調べておくこと(リサーチとノートで、6～8時間を想定)。また、授業で出される宿題を必ずやること。			
授業計画			
第1回	ガイダンス プロジェクト実践の概念		
第2回	プロジェクトマネジメントの基礎(1)プロジェクトが始まる誘因		
第3回	プロジェクトマネジメントの基礎(2)プロジェクト・マネジメント10のステップ		
第4回	プロジェクトマネジメントの基礎(3)役割を分担する・所要期間を見積もる		
第5回	プロジェクトマネジメントの基礎(4)ネットワーク図を作る		
第6回	プロジェクトマネジメントの基礎(5)スケジュールを作る		
第7回	プロジェクトマネジメントの基礎(6)予算を作る・リスクに備える		
第8回	プロジェクトマネジメントの基礎(7)進捗をコントロールする・事後の振り返りをする		
第9回	演習(1)プロジェクトの目標を設定する		
第10回	演習(2)作業を分解し、ワークパッケージを洗い出す		
第11回	演習(3)役割分担し、所要時間を見積もる		
第12回	演習(4)ネットワーク図を作る		
第13回	演習(5)スケジュールを作り、負荷を調整する		
第14回	演習(6)予算を作る・リスクに備える		
第15回	まとめ		
評価方法			
授業参加度(50%)、授業内課題(30%)、授業貢献度(20%) 授業内課題については後日講義内にて、優秀な解答を中心にフィードバックする。			
履修上の注意			
授業の進捗にあわせて資料を配布する。配布した資料はファイリングし、毎回の授業に持参すること。			
教科書			

参考文献
プロジェクトマネジメント理論編(第2版)・実践編(第2版) 監修:中嶋秀隆 著:中憲治 (2013年 総合法令出版)

2017/04/05(水)16:24

科目名	サービス創造入門		
担当教員名	吉田 優治		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	1	単位	2
講義名	サービス創造入門		
先修科目	なし		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
サービス創造 (Service Innovation)を学ぶための入門必修科目である。「サービス」とは何であり、「創造(イノベーション)」とは何であり、「サービス創造」とは何であるのかを初学者にわかりやすく講義する。			
講義の到達目標			
サービス創造についての基本的な概念を理解することを通じて、サービス創造を発想し、サービス創造を実現することの重要性を理解すること。			
準備学習等の指示			
サービス創造について深く広く考えるためには、社会的な動きを常に把握しようとする意欲を持たねばならない。そのためにはこれまでの限られた経験を超えて、世界で何が起きているのかを理解しようとする態度が求められる。少なくとも毎日、新聞やニュースから情報を仕入れ、出来るだけたくさんの書物を読むことが求められる。それと同時に、美術、音楽、スポーツ、演劇、哲学、歴史など多様な教養を身につけることも重要である。			
毎回講義90分間を受講するためには、事前準備180分間を必要とする。			
授業計画			
第1回	サービスとは何か(1): サービス産業とサービス		
第2回	サービスとは何か(2): サービスの定義、サービスの源泉		
第3回	サービスとは何か(3): サービスの無関心圏		
第4回	サービスとは何か(4): 上位サービス、受容サービス、共創サービス		
第5回	サービスとは何か(5): サービスの生産性		
第6回	創造(イノベーション)とは何か(1): イノベーションについての議論		
第7回	創造(イノベーション)とは何か(2): 新技術とイノベーション		
第8回	創造(イノベーション)とは何か(3): イノベーションとイノベーター		
第9回	創造(イノベーション)とは何か(4): イノベーションの戦略		
第10回	サービス創造を発想する(1): マーケティングの視点から		
第11回	サービス創造を発想する(2): 戦略の視点から		
第12回	サービス創造を実現する(1): 組織の視点から		
第13回	サービス創造を実現する(2): マネジメントの視点から		
第14回	ゲストスピーカー		
第15回	ゲストスピーカー		
評価方法			
授業への貢献度・発言40%、授業内レポート30%、定期試験30%を総合して評価する。授業内レポートについては全員に提出された翌週、コメントをつけて返却する。			
履修上の注意			
サービス創造関連科目の入門科目であり必修科目であることを認識して受講すること。覚えることより、考えることを大切にほしい。			

教科書
-----

教科書は使用しない。必要に応じて資料を配布する。
--------------------------

参考文献
------

必要に応じて指示する。
-------------

2017/04/05(水)16:25

科目名	サービスサイエンス論		
担当教員名	神保 雅人		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	サービスサイエンス論		
先修科目	特になし		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>サービスサイエンスの『サイエンス』には、人文科学、社会科学、自然科学のすべてが含まれているため、現在では、提唱者のIBMはサービスサイエンス・マネジメント・エンジニアリング(SSME)という名称を使用しているが、この授業ではその広範な分野全体をサービスサイエンスと呼ぶことにする。</p> <p>サービスサイエンス論の主要なテーマは、サービスの価値をどのようにして論理的に捉えるかということである。そのためには、顧客満足に関して、『事前期待』というキーワードに基づいて掘り下げていく。また、教科書の内容以外に、最近、サービス学会で話題となっているトピックも取り上げる予定である。</p>			
講義の到達目標			
顧客満足の向上を論理的に理解出来る様になること。			
準備学習等の指示			
教科書の授業時に指示した箇所について、事前に目を通しておくこと(45分)。また、授業中にノートにメモした内容を終了後にまとめておくこと(1時間)。			
授業計画			
第1回	従来のサービスの定義、産業のサービス化		
第2回	サービスサイエンスの誕生		
第3回	サービス業の分類		
第4回	サービスそのものの分類		
第5回	サービスの分解		
第6回	サービス品質の分解		
第7回	サービスプロセスのモデル化		
第8回	高い顧客満足の実現モデル		
第9回	サービスの特徴、サービスの価値共創		
第10回	事前期待に基づくサービスの再定義		
第11回	サービス品質と事前期待、顧客満足と事前期待		
第12回	事前期待による顧客セグメンテーション		
第13回	事前期待のマネジメント		
第14回	感動するサービスの論理		
第15回	サービス価値の向上		
評価方法			
<p>授業への参加度(20%)、授業時レポート(30%)、定期試験に代わるレポート(50%)</p> <p>授業時レポートに対するフィードバックは添削して返却することで行う。</p>			
履修上の注意			
初回は単なるガイダンスではなく、本題に入るので、この科目を履修する場合には必ず出席して欲しい。			

## 教科書

北城格太郎、諏訪良武 著、『顧客はサービスを買っている - 顧客満足向上の鍵を握る事前期待のマネジメント』、ダイヤモンド社 (2009)

## 参考文献

木下栄蔵 著、『サービスサイエンスの理論と実践』、近代科学社 (2011)

ベルンド・スタウス、他 著、『サービス・サイエンスの展開 — その基礎、課題から将来展望まで』、生産性出版 (2009)

2017/04/05(水)16:28

科目名	ホスピタリティマネジメント論/特別講義(ホスピタリティマネジメント論)		
担当教員名	内田 彩		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	-		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
ホスピタリティ産業は「サービス産業の中でも特にホスピタリティという補助的要素の強い産業群であり、製品の販売上において重要な機能として直接顧客と接することを行う産業」と指摘されている。本授業ではホスピタリティの概念をふまえたうえで、ホスピタリティ産業の全体像を理解し、様々な事例からホスピタリティマネジメントの現状と課題について学ぶことを目的としている。			
講義の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホスピタリティ産業の構造を理解する。</li> <li>・ホスピタリティ産業及びホスピタリティマネジメントの現状を学んだうえで、課題を解決する力を養う。</li> </ul>			
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、雑誌等でホスピタリティ産業に関する情報に関心を持ち目を通してること(30分)。			
授業計画			
第1回	ホスピタリティとはなにか		
第2回	ホスピタリティの概念とホスピタリティマネジメント		
第3回	ホスピタリティ産業の構造		
第4回	旅行業の現状と課題		
第5回	観光交通産業の現状と課題		
第6回	レジャー産業の現状と課題		
第7回	土産産業の現状と課題		
第8回	イベント産業の現状と課題		
第9回	宿泊産業の現状と課題		
第10回	旅館業のホスピタリティとはなにか		
第11回	旅館業のホスピタリティマネジメント		
第12回	ホスピタリティ産業による地域活性化		
第13回	東日本大震災とホスピタリティ産業		
第14回	ホスピタリティ産業の課題と展望		
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			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・授業では遅刻、無断退出、私語、携帯電話の操作を禁止する。携帯電話は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。</li> </ul>			
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

『新現代観光総論』前田勇編著、学文社、2015年

2017/04/05(水)16:31

科目名	ホテルサービス論		
担当教員名	内田 彩		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	ホテルサービス論		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>宿泊業は観光産業のなかで交通運輸業と並んで最も産業規模が大きいものであり、ホテル産業はその中心的役割を果たしている。本授業では観光産業におけるホテルの役割をふまえたうえで、ホテルの組織を構成する各部門（宿泊、料飲、宴会、管理系部門他）の役割と役割を理解し、ホテルサービスの現状と課題を学ぶことを目的とする。</p>			
講義の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光産業におけるホテルの役割を理解する。</li> <li>・ホテル産業の基本的知識の習得と各部門のサービスの役割を理解する。</li> <li>・日本のホテルサービスの現状を学び、課題を解決できる力を養う。</li> </ul>			
準備学習等の指示			
<p>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、雑誌等でホテル産業に関する情報に関心を持ち目を通して(30分)。</p>			
授業計画			
第1回	観光産業におけるホテル		
第2回	日本におけるホテルの基礎		
第3回	ホテルの歴史的成り立ち① —グランドホテルの誕生—		
第4回	ホテルの歴史的成り立ち② —近代ホテル産業の発展と展開—		
第5回	ホテルの経営形態		
第6回	日本におけるホテルの発展		
第7回	日本におけるホテルの展開		
第8回	ホテルの構造		
第9回	ホテルの経営特性		
第10回	ホテルの業務内容:宿泊、料飲、宴会、ウエディング		
第11回	宿泊部門		
第12回	料飲・調理部門		
第13回	宴会部門		
第14回	ホテルサービスの現状と課題		
第15回	授業時試験・まとめ		
評価方法			
<p>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。</p>			
履修上の注意			
<p>・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。</p>			

・授業では遅刻、無断退出、私語、携帯電話の操作を禁止する。携帯電話は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

JTB総合研究所編：『ホテル概論』JTB総合研究所、2016年

2017/04/05(水)16:32

科目名	ホテルサービス論		
担当教員名	山田 耕生		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名			
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	◎
※CUC6つの能力要素詳細	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
観光の経済効果は大きく、その波及範囲も広がりを持つ。本講座では今世紀の主要産業と言われている観光に関連した産業のなかで、ホテル業、旅館業といった宿泊サービス産業に関して事例を交えながら解説、検討していくほか、今日的な動向を把握していく。			
講義の到達目標			
宿泊サービス(ホテル、旅館)産業についての広範かつ専門的な知識を習得することが本講義の到達目標である。			
準備学習等の指示			
次回講義の内容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。			
授業計画			
第1回	オリエンテーション/宿泊サービス業について(宿泊サービス業の定義・分類)		
第2回	宿泊サービス産業史(明治期～第二次大戦前)		
第3回	宿泊サービス産業史(第二次大戦後～高度経済成長期)		
第4回	宿泊サービス産業史(大阪万博～バブル経済崩壊)		
第5回	宿泊サービス産業史(1990年代～)		
第6回	ホテル業界の現状		
第7回	ホテルの種類とその特色		
第8回	ホテル事業の形態・ホテルチェーンの特徴		
第9回	世界的ホテルチェーン、外資系ホテルの日本進出		
第10回	星野リゾートに学ぶホテル再生ビジネス		
第11回	インバウンド時代における民泊のサービス、ビジネス		
第12回	旅館業の特徴および現状		
第13回	宿泊サービス産業の将来展望		
第14回	日本の宿泊観光旅行の動向・まとめ		
第15回	まとめ/授業時試験(または授業時レポート)		
評価方法			
授業時試験(70%)、リアクションペーパー(30%)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			
宿泊サービス産業(ホテル業界、旅館業界)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
------

木村吾郎『日本のホテル産業100年史』、明石書店、2006年
--------------------------------

金振暁『戦略的ホテル経営』、学文社、2013年
-------------------------

富田昭次『ホテルの社会史』、青弓社、2006年
-------------------------

桐山秀樹『ホテル戦争』、角川書店、2005年
------------------------

桐山秀樹『旅館再生』、角川書店、2008年
-----------------------

村岡實『日本のホテル小史』、中公新書、1981年
--------------------------

2017/04/05(水)16:34

科目名	交通サービス論		
担当教員名	山田 耕生		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	交通サービス論		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>2020年の東京五輪を控え、航空、鉄道をはじめとした日本の交通サービス産業は大きな転換期にある。航空業界では格安航空会社(LCC)の台頭やアジア諸国の旅客数の増加により、航空市場は拡大基調にある。その中で、JALやANAなど日本の航空会社はめまぐるしく変化する航空情勢に対応した取り組みが求められている。鉄道業界においても、日本の人口減少、増加する外国人訪日客などに対応しながら、新たな需要の掘り起こしが各鉄道会社で模索されている。</p> <p>本講義では、航空業、鉄道業を中心に交通サービス産業の特徴および現状、さらに将来展望を国内外の動向を交えながら、解説していく。</p>			
講義の到達目標			
交通サービス産業についての広範かつ専門的な知識を習得することが本講義の到達目標である。			
準備学習等の指示			
次回講義の内容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。			
授業計画			
第1回	オリエンテーション/交通サービス産業とは		
第2回	航空業(航空業界の基本)		
第3回	航空業(航空業界の歴史)		
第4回	航空業(現在の航空業界)		
第5回	航空業(ANA・JALの企業戦略)		
第6回	航空業(LCCの浸透と特徴)		
第7回	航空業(航空業界の将来展望)		
第8回	航空業界のまとめ		
第9回	鉄道業(鉄道業界の基本)		
第10回	鉄道業(鉄道業界の歴史)		
第11回	鉄道業(現在の鉄道業界)		
第12回	鉄道業(海外への事業展開)		
第13回	鉄道業(地方鉄道の生き残り策)		
第14回	鉄道業(鉄道業界の将来展望)		
第15回	鉄道業界のまとめ/授業時試験(または授業時レポート)		
評価方法			
授業時試験(50%)、授業時レポート(50%)を総合的に勘案し判断する。レポートに関しては、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			
交通サービス産業(航空業界、鉄道業界)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
(株)ANA総合研究所『航空産業入門』、東洋経済新報社、2008年 鳥海高太郎『エアラインの攻防』、宝島社新書、2013年 秋本俊二『航空大革命』、角川書店、2012年 佐藤信之『鉄道会社の経営』、中公新書、2013年 宇都宮浄人『鉄道復権』、新潮社、2012年

2017/04/05(水)16:36

科目名	ブライダルサービス論/特別講義(ブライダルサービス論)		
担当教員名	今井 重男		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	ブライダル・サービスを知る		
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	○ ◎
※CUC6つの能力要素詳細	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>ブライダル産業について、多角的な視点から講義し、ブライダル・サービスに関わるに有益な知識習得を目指す。</p> <p>サービス業の拡大が指摘されるようになって久しく、その中でもブライダル産業は3兆円の市場規模を有する巨大な産業の1つとなっている。挙式・披露宴・披露パーティー、婚礼衣装、新居の不動産・家具・電化製品、新婚旅行市場、ブライダルジュエリー、結納・結納品市場、結婚情報サービス・仲介業・情報誌市場など、実にバラエティに富んだ産業がかかわる。</p> <p>授業は、わが国の結婚式の姿容に触れながら、ブライダルビジネスの萌芽とその実態について講義やゲストの話を通じて学び、その社会的影響の現状と未来について考える。</p>			
講義の到達目標			
わが国のブライダル・ビジネスについて歴史的過程や特性など概要を学び、今後の顧客が求める商品とサービス拡充をイメージできることを目標とする。			
準備学習等の指示			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・講義中に紹介された文献や資料は、講義後に目を通すこと。※毎回60分以上を要する。</li> <li>・講義で学んだ理論や事例を、日々の生活に当てはめて考えるクセを身につけること。</li> </ul>			
授業計画			
第1回	ガイダンス		
第2回	ブライダル産業の特性		
第3回	結婚観と結婚儀礼(『古事記』の時代から江戸時代まで)		
第4回	結婚観と結婚儀礼(明治時代の神前結婚式誕生と、現代チャペルウエディング)		
第5回	ブライダル産業の系譜(江戸時代)		
第6回	ブライダル産業の系譜(明治・大正時代)		
第7回	ブライダル産業の系譜(昭和・平成時代)		
第8回	ブライダルサービス1-婚礼衣装		
第9回	ブライダルサービス2-ホテルウエディング		
第10回	ブライダルサービス3-専門式場とハウスウエディング		
第11回	ブライダルサービス4-キリスト教結婚式と神前結婚式		
第12回	ブライダルサービス5-ウエディングコーディネーター		
第13回	ブライダルサービス6-ブライダル情報誌		
第14回	ブライダルサービス7-リゾートウエディング		
第15回	まとめ		
評価方法			
定期試験100%			
授業への参加状況、レポートは、評価の際に一定程度加点材料とする可能性がある。レポートのフィードバックは講義内で講評として行う。			
履修上の注意			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・講義の順序や分野などが変更となる場合がある。</li> <li>・ゲストスピーカーを招いて講義いただくことが多くある。詳細については決まり次第案内する。ご多忙中にもかかわらず登壇いただく方へ</li> </ul>			

の配慮、また快適な講義環境を保つため、携帯電話の使用、居眠り、私語は控え、マナーを守り講義に出席すること。

教科書

特にない。

参考文献

2017/04/05(水)16:37

科目名	情報サービス論/特別講義(情報サービス論)		
担当教員名	仲野 友樹		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	情報サービスについて学ぶ		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>現在、企業での経営活動においても、普段の生活においても、コンピュータに触れないときはないくらいである。企業での経営活動や普段の生活をより便利にするために、コンピュータやコンピュータに関連した技術がさまざまな形で利用されている。このような、利用者にとって使いやすいような仕組みを実現しているのが情報サービスである。</p> <p>本講義では、情報サービスを実現している仕組みとともに、どのように情報サービスが利用されているのかについて、具体的な事例を通して学ぶ。</p>			
講義の到達目標			
本講義では、情報サービスを実現している仕組みとともに具体的な事例について理解し、情報サービスを提供する開発者との共通の認識を持つための知識を身に付けることが目標である。			
準備学習等の指示			
<p>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。</p> <p>情報システム(講義)の内容を復習して理解しておくこと。</p> <p>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。</p>			
授業計画			
第1回	情報サービスの概要		
第2回	情報サービスとは		
第3回	情報サービスを提供する仕組み		
第4回	情報サービスを提供する情報システム		
第5回	情報サービスの開発		
第6回	情報サービスとセキュリティ		
第7回	情報サービスの技術(コンピュータ)		
第8回	情報サービスの技術(タッチパネル)		
第9回	情報サービスの技術(ソーシャルメディア)		
第10回	事例研究1(POSシステム)		
第11回	事例研究2(飲食店)		
第12回	事例研究3(便利なサービス)		
第13回	事例研究4(身近なサービス)		
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

2017/04/05(水)16:40

科目名	スポーツ・エンターテインメントサービス論/エンターテインメント・スポーツ業界セミナー		
担当教員名	中村 聡宏		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	-		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>スポーツ、映像、音楽、演劇、演芸、アミューズメント、アトラクションなど、私たちがワクワクさせてくれる「エンターテインメント」。なぜ、人はエンターテインメントに魅せられるのだろうか。エンターテインメントサービスについて、スポーツを中心にビジネス構造、特徴、歴史的背景などを把握しながら、現状の課題や今後の可能性をビジネス視点で考える。</p>			
講義の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・スポーツやエンターテインメントを顧客の立場で楽しむだけでなく、「創る側の視点」からスポーツ・エンターテインメントサービスを捉え、ビジネス視点で構造的に理解する。</li> <li>・エンターテインメント発想あふれるマインドを身につける。</li> </ul>			
準備学習等の指示			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・講義中にとった自分のノートと、講義資料(さがつく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。</li> <li>・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。</li> </ul>			
授業計画			
第1回	ガイダンス —スポーツ・エンターテインメントサービスってなんだ? —		
第2回	スポーツマンになる方法 —スポーツマンシップとはなにか—		
第3回	エンターテインメントを考えよう		
第4回	スポーツ産業ってなんだ? —スポーツ産業の全体構造と市場規模を理解する—		
第5回	続・スポーツ産業ってなんだ? —サービス産業としてのスポーツビジネスの特殊性を把握する—		
第6回	スポーツとメディア —メディアを知る—		
第7回	スポーツマーケティングを考える		
第8回	スポーツビジネスの現場		
第9回	アスリートを知る		
第10回	オリンピックってなんだ? —オリンピックの理念と歴史—		
第11回	オリンピック・パラリンピックがやってくる —TOKYO2020に向けて—		
第12回	音を楽しむ		
第13回	エンターテインメントを仕事にする		
第14回	総括 —スポーツ・エンターテインメントを考える—		
第15回	授業内試験・講評		
評価方法			
<p>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%</p> <p>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。</p>			
履修上の注意			
<p>・本講では、「スポーツ・エンターテインメントサービスのビジネス構造」および「エンターテインメント思考」について考える。単に「スポーツが好き」「エンターテインメントが好き」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。</p>			

<p>・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。</p> <p><b>【事前課題】</b></p> <p>1)好きなエンターテインメント、もしくは、印象深い試合・作品・アスリート・アーティストなどを1つ(複数でもOK)挙げなさい。</p> <p>2)好きな理由、印象深い理由を述べなさい。</p> <p>※上記1)2)についてA4用紙1枚程度(文字数・書式自由)にまとめ、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)。</p>
<p>教科書</p>
<p>使用しない。</p>
<p>参考文献</p>
<p>講義内で、適宜紹介する。</p>

2017/04/05(水)16:41

科目名	特別講義(観光政策サービス論)		
担当教員名	山田 耕生		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	-		
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	○ ◎
※CUC6つの能力要素詳細	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>観光が地域にもたらす経済的・社会的効果の大きさに注目して、日本では長らく地域政策の一環として観光事業が取り組まれてきた。21世紀に入り、政府が「観光立国」を明言すると、観光庁の創設、東京五輪の招致、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」によるインバウンド、地方での観光活性化策など、観光政策が国策の中心の一つとなっている。</p> <p>本講義では、日本の観光政策・サービスの変遷および現状を開説するとともに、海外の観光政策・サービスの事例を紹介しながら、これからの日本の観光政策・サービスの展望を検討していく。</p>			
講義の到達目標			
観光政策・サービスによる影響、効果を理解したうえで、現在あるいは将来の日本における観光政策・サービスについて主体的に展望できる能力を身につけることが本講義の到達目標である。			
準備学習等の指示			
次回講義の内容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。			
授業計画			
第1回	オリエンテーション/「観光政策サービス論」とは・観光政策の目的		
第2回	日本の観光政策の歴史(明治期から昭和期・東京五輪まで)		
第3回	日本の観光政策の歴史(大阪万博以降)		
第4回	現在の観光政策・サービス(観光立国推進基本法に基づく施策)		
第5回	現在の観光政策・サービス(観光の経済効果)		
第6回	現在の観光政策・サービス(旅行しやすい社会制度)		
第7回	現在の観光政策・サービス(インバウンド観光の現状と目的1)		
第8回	現在の観光政策・サービス(インバウンド観光の現状と目的2)		
第9回	現在の観光政策(観光庁が掲げるMICEとは)		
第10回	諸外国の観光政策・サービス(先進国の観光政策)		
第11回	諸外国の観光政策・サービス(途上国の観光政策)		
第12回	国内各地における観光政策・サービス(スポーツツーリズム)		
第13回	国内各地における観光政策・サービス(芸術・アート)		
第14回	将来の観光政策・サービス展望(2020東京五輪に向けて)		
第15回	まとめ・授業時試験(または授業時レポート)		
評価方法			
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。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
寺前 秀一 編著/日本観光研究学会 監修『観光学全集〈第9巻〉観光政策論』原書房、2009年

2017/04/05(水)16:43

科目名	経営学入門/経営学入門1		
担当教員名	中村 秋生		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	1	単位	2
講義名	経営学入門		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
この講義は、経営学を学ぶための入門科目として位置づけられるものである。そのため、経営学における基本的な課題や概念・理論を「戦略」「組織」「管理」という3つの領域から実例を交えながら教授し、今後のさらなる学習のための導入とする。			
講義の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経営に関わる新聞記事やニュースを自分なりに解釈して読むことができる。</li> <li>・ 経営学のさらなる学習に対する関心や問題意識をもつ。</li> </ul>			
準備学習等の指示			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 講義中に紹介された参考文献には、できる限り目を通すこと。</li> <li>・ 講義で学んだ理論を常に日常生活(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。</li> </ul> <p>※ 上記の準備学習には、2時間程度の時間を要することになる。</p>			
授業計画			
第1回	ガイダンス、経営学の基本的な考え方		
第2回	経営戦略とは		
第3回	経営戦略のパターン		
第4回	成長(企業)戦略		
第5回	競争(事業)戦略		
第6回	授業時試験①		
第7回	組織構造の形成原理		
第8回	組織構造の実際型①(職能別組織、事業部制組織)		
第9回	組織構造の実際型②(プロジェクト組織、マトリックス組織)		
第10回	授業時試験②		
第11回	権限と権威		
第12回	動機づけ内容理論		
第13回	動機づけ過程理論		
第14回	誘因と説得		
第15回	対人的リーダーシップ論		
評価方法			
定期試験100点(100%)。ただし、授業時試験の得点(20点満点×2=40点)を持点として定期試験の得点にプラスする。 ※ 授業時試験に関しては、いかなる理由があっても、追試験、再試験は実施しないので留意すること。 ※ 2回実施する授業時試験は理解度テストの意味をもっているため、それぞれ試験を返却して、授業時間内にコメントする。			
履修上の注意			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ この科目が必修科目であることに特に留意すること。</li> <li>・ 快適な授業環境を保つために、極力自由な雰囲気の中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。</li> </ul>			
教科書			

特に使用しない(必要に応じて講義中に資料を配布する)。

参考文献

適宜、講義中に紹介する。

2017/04/05(水)16:43

科目名	経営学入門/経営学入門1		
担当教員名	池田 武俊		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	1	単位	2
講義名	経営学入門		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
この講義は、経営学を学ぶための入門科目として位置づけられるものである。そのため、経営学における基本的な課題や概念・理論を「戦略」「組織」「管理」という3つの領域から実例を交えながら教授し、今後のさらなる学習のための導入とする。			
講義の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経営に関わる新聞記事やニュースを自分なりに解釈して読むことができる。</li> <li>・ 経営学のさらなる学習に対する関心や問題意識をもつ。</li> </ul>			
準備学習等の指示			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 講義中に紹介された参考文献には、できる限り目を通すこと。</li> <li>・ 講義で学んだ理論を常に日常生活(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。</li> </ul> <p>※ 上記の準備学習には、2時間程度の時間を要することになる。</p>			
授業計画			
第1回	ガイダンス、経営学の基本的な考え方		
第2回	経営戦略とは		
第3回	経営戦略のパターン		
第4回	成長(企業)戦略		
第5回	競争(事業)戦略		
第6回	授業時試験①		
第7回	組織構造の形成原理		
第8回	組織構造の実際型①(職能別組織、事業部制組織)		
第9回	組織構造の実際型②(プロジェクト組織、マトリックス組織)		
第10回	授業時試験②		
第11回	権限と権威		
第12回	動機づけ内容理論		
第13回	動機づけ過程理論		
第14回	誘因と説得		
第15回	対人的リーダーシップ論		
評価方法			
定期試験100点(100%)。ただし、授業時試験の得点(20点満点×2=40点)を持点として定期試験の得点にプラスする。 ※ 授業時試験に関しては、いかなる理由があっても、追試験、再試験は実施しないので留意すること。 ※ 2回実施する授業時試験は理解度テストの意味をもっているため、それぞれ試験を返却して、授業時間内にコメントする。			
履修上の注意			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ この科目が必修科目であることに特に留意すること。</li> <li>・ 快適な授業環境を保つために、極力自由な雰囲気ですべて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。</li> </ul>			
教科書			

特に使用しない(必要に応じて講義中に資料を配布する)。

参考文献

適宜、講義中に紹介する。

2017/04/05(水)16:45

科目名	マーケティング入門/マーケティング入門1		
担当教員名	仁平 京子		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	1	単位	2
講義名	マーケティング入門		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>技術が発達し類似した商品が溢れる現代では、どのようなマーケティングを展開するのかによって企業の業績は大きく変わる。本講では、マーケティングとは何かという問いから出発し、マーケティングの基本的な考え方について学習する。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理解してもらうため、できるだけ事例を用いて説明する。本講の目的は、マーケティングの基礎を身に付け、身近で起こっているマーケティング現象に興味や問題意識を持ち、企業の考えに立って分析したり、消費者の行動を予測できるようになることである。</p>			
講義の到達目標			
マーケティングの考え方を理解し、基礎的な考え方を身につけること。			
準備学習等の指示			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・講義内容について、レジメの振り返り、不明点の洗い出し</li> <li>・授業ごとに設定される復習テーマについての学習</li> <li>・予告されたレポート課題の準備</li> <li>・企業のマーケティング施策に関する情報収集</li> </ul> <p>以上について、約1時間程度の予備学習が求められる。</p>			
授業計画			
第1回	ガイダンス・マーケティングとは何か		
第2回	マーケティング・コンセプト		
第3回	顧客ニーズ		
第4回	顧客価値		
第5回	顧客満足		
第6回	STP(1)-セグメンテーション		
第7回	STP(2)-ターゲティング		
第8回	STP(3)-ポジショニング		
第9回	マーケティングミックス		
第10回	製品戦略		
第11回	価格戦略		
第12回	流通戦略		
第13回	販売促進戦略		
第14回	授業内レポート		
第15回	授業時試験と講評		
評価方法			
<p>授業時試験:70%  (第15回目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)  授業内レポート:20%  (授業内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)  授業への参加度:10%</p>			

<b>履修上の注意</b>
初回講義時に伝える。 シラバス中の「授業内レポート」は便宜的に第14回に設定しているが、第1回目から第14回目のいずれかに複数回行う。
<b>教科書</b>
特に指定しない。授業時に配布する。
<b>参考文献</b>
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

2017/04/05(水)16:50

科目名	マーケティング入門/マーケティング入門1		
担当教員名	安藤 和代		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	1	単位	2
講義名	マーケティング入門		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>技術が発達し類似した商品が溢れる現代では、どのようなマーケティングを展開するのかによって企業の業績は大きく変わる。本講では、マーケティングとは何かという問いから出発し、マーケティングの基本的な考え方について学習する。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理解してもらうため、できるだけ事例を用いて説明する。本講の目的は、マーケティングの基礎を身に付け、身近で起きているマーケティング現象に興味や問題意識を持ち、企業の考えに立って分析したり、消費者の行動を予測できるようになることである。</p>			
講義の到達目標			
マーケティングの考え方を理解し、基礎的な考え方を身につけること。			
準備学習等の指示			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・講義内容について、レジメの振り返り、不明点の洗い出し</li> <li>・授業ごとに設定される復習テーマについての学習</li> <li>・予告されたレポート課題の準備</li> <li>・企業のマーケティング施策に関する情報収集</li> </ul> <p>以上について、約1時間程度の予備学習が求められる。</p>			
授業計画			
第1回	ガイダンス・マーケティングとは何か		
第2回	マーケティング・コンセプト		
第3回	顧客ニーズ		
第4回	顧客価値		
第5回	顧客満足		
第6回	STP(1)-セグメンテーション		
第7回	STP(2)-ターゲティング		
第8回	STP(3)-ポジショニング		
第9回	マーケティングミックス		
第10回	製品戦略		
第11回	価格戦略		
第12回	流通戦略		
第13回	販売促進戦略		
第14回	授業内レポート		
第15回	授業時試験と講評		
評価方法			
<p>授業時試験:70%  (第15回目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)  授業内レポート:20%  (授業内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)  授業への参加度:10%</p>			

<b>履修上の注意</b>
初回講義時に伝える。 シラバス中の「授業内レポート」は便宜的に第14回に設定しているが、第1回目から第14回目のいずれかに複数回行う。
<b>教科書</b>
特に指定しない。授業時に配布する。
<b>参考文献</b>
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

2017/04/05(水)16:54

科目名	アカウントティング入門/財務会計入門1		
担当教員名	坂井 恵		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2
講義名	財務会計の基礎		
先修科目	なし		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>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。</p> <p>春学期の授業では、財務や経理と呼ばれる仕事の一般的な内容、財務会計の意義、財務諸表の基本的な仕組み等、あらゆる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。</p> <p>なお、この講義では簿記技能の訓練は行わない。</p>			
講義の到達目標			
財務会計の意義、財務諸表の基本的な仕組みや役割について、説明できるようになる。			
準備学習等の指示			
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>毎回、授業外で2時間程度学習する必要がある。</p>			
授業計画			
第1回	イントロダクション		
第2回	株式会社制度と会社経営		
第3回	財務の仕事		
第4回	経理の仕事		
第5回	財務諸表の基礎概念		
第6回	財務諸表作成のルール(1):基本原則/識別、測定 of ルール		
第7回	財務諸表作成のルール(2):伝達のルール/財務諸表の体系		
第8回	貸借対照表(1):資産		
第9回	貸借対照表(2):負債と純資産		
第10回	損益計算書		
第11回	キャッシュ・フロー計算書		
第12回	連結財務諸表		
第13回	財務諸表の機能と構造		
第14回	授業時試験		
第15回	まとめ		
評価方法			
<p>授業時試験の成績(100%)で評価する。</p> <p>ただし、授業への参加状況も考慮する。</p>			
履修上の注意			
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。

2017/04/05(水)16:55

科目名	アカウントティング入門/財務会計入門1		
担当教員名	清水 喜久		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2
講義名	財務会計の基礎		
先修科目	なし		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>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。</p> <p>春学期の授業では、財務や経理と呼ばれる仕事の一般的な内容、財務会計の意義、財務諸表の基本的な仕組み等、あらゆる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。</p> <p>なお、この講義では簿記技能の訓練は行わない。</p>			
講義の到達目標			
財務会計の意義、財務諸表の基本的な仕組みや役割について、説明できるようになる。			
準備学習等の指示			
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>毎回、授業外で2時間程度学習する必要がある。</p>			
授業計画			
第1回	イントロダクション		
第2回	株式会社制度と会社経営		
第3回	財務の仕事		
第4回	経理の仕事		
第5回	財務諸表の基礎概念		
第6回	財務諸表作成のルール(1):基本原則/識別、測定 of ルール		
第7回	財務諸表作成のルール(2):伝達のルール/財務諸表の体系		
第8回	貸借対照表(1):資産		
第9回	貸借対照表(2):負債と純資産		
第10回	損益計算書		
第11回	キャッシュ・フロー計算書		
第12回	連結財務諸表		
第13回	財務諸表の機能と構造		
第14回	授業時試験		
第15回	まとめ		
評価方法			
<p>授業時試験の成績(100%)で評価する。</p> <p>ただし、授業への参加状況も考慮する。</p>			
履修上の注意			
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。

2017/04/05(水)16:56

科目名	経営革新論		
担当教員名	池田 武俊		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2
講義名	経営革新論		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>こんにちの企業を取り巻く経営環境下において、企業が競争力を維持し長期的に成長していくためには、自ら新しい技術や製品・サービスの開発を主導していくこと、新しい事業の仕組みを開発していくこと、つまり、イノベーションを実践していくことが重要な課題になっている。そして、そのような企業の活動の成果は、社会全体にも大きな影響を及ぼしている。そこで、この講義では、イノベーションを生み出す企業の活動やイノベーションと企業の成長、競争力との関係、社会に及ぼす影響などについて考えていく。</p>			
講義の到達目標			
イノベーションに関する基礎理論について理解する。経営革新の重要性、イノベーションの重要性について理解し、その理解に基づき企業活動や社会の変化を洞察していくための考え方を身につける。			
準備学習等の指示			
<p>前回の講義内容を復習して参加すること。 また、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。</p>			
授業計画			
第1回	ガイダンス		
第2回	イノベーションと社会・経済の関係		
第3回	イノベーションのプロセス		
第4回	イノベーションと産業の進化		
第5回	イノベーションと企業の発展		
第6回	イノベーションと企業の衰退		
第7回	イノベーションと経営戦略		
第8回	イノベーションと組織		
第9回	イノベーションと今日の企業課題		
第10回	サービスとイノベーションの関係		
第11回	サービス・イノベーションと経営戦略		
第12回	イノベーションを促進する社会制度		
第13回	イノベーションと現代社会の課題		
第14回	まとめ		
第15回	授業時試験・講評		
評価方法			
<p>講義中の小テスト・リアクションペーパー30%、授業内試験70%によって評価する。 また、講義中で問掛ける質問に対する発言については、授業貢献点として別途評価する。 実施するリアクションペーパーについては、内容の一部を講義のなかで紹介する予定である。</p>			
履修上の注意			
<p>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。</p>			

教科書
別途指示する。
参考文献
講義内で紹介する。

2017/04/05(水)16:57

科目名	経営情報論		
担当教員名	石井 泰幸		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2
講義名	経営情報の進展とその可能性を学ぶ		
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	○
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>現在、コンピュータは企業経営に欠かせないツールになっている。しかも、わが国のコンピュータを結ぶネットワーク環境は、国際的にも高い水準であり、その意味で、企業がコンピュータを活用するには恵まれた環境といえる。</p> <p>しかし、わが国の多くの企業はコンピュータを経営強化のツールにするために、様々な問題を解決してきた経緯がある。従って、コンピュータを活用ということは、単にコンピュータをうまく使いこなすことだけではなく、企業がコンピュータを必要とする局面をしっかりと把握し、自らの背丈にあったコンピュータ活用を行うべきなのである。</p> <p>以上より、本講義では、企業とコンピュータの関係を明らかにし、コンピュータ活用の可能性について学んでいく。</p>			
講義の到達目標			
本講義では、企業の情報化を歴史的に分析しながら、企業がコンピュータをどのように活用すると、コンピュータが経営強化のツールになるかを理解する。			
準備学習等の指示			
講義前に新聞をよく読んで、企業のコンピュータ活用に関する記事を調べておくこと。 なお、準備学習のために原則2時間は費やすこと。			
授業計画			
第1回	経営学の進展と情報1(テラー)		
第2回	経営学の進展と情報2(ファヨルとバーナード)		
第3回	経営学の進展と情報3(サイモン)		
第4回	わが国の経営情報の歴史		
第5回	MIS訪米使節団について		
第6回	オフィスオートメーション時代の経営情報		
第7回	経営情報を成功に導く経営計画		
第8回	知識システムについて		
第9回	知識システムと人工知能		
第10回	経営情報の発展段階		
第11回	意思決定支援システムと戦略的情報システム		
第12回	競争優位と経営情報		
第13回	IT活用と経営情報		
第14回	情報ネットワークの進展と企業		
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
佐原寛二編『経営情報論ガイダンス』中央経済社、2006年
参考文献
佐久間信夫編『経営学原理』創成社、2014年

2017/04/05(水)16:58

科目名	中小企業論/経済学ケースディスカッション		
担当教員名	石井 泰幸		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2
講義名	中小企業論		
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	○
相互理解・コミュニケーション力		普遍的な知識・技能	◎
※CUC6つの能力要素詳細	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>現在の中小企業はこれまでの大企業に依拠した関係から大きく変容しつつある。というも、IT化の進展など、様々な環境の変化の中で、中小企業の経営者の能力が高められたからである。</p> <p>しかし、多くの中小企業は大企業に支配された関係から未だ脱することができず、厳しい状況に追い込まれている。</p> <p>本講座では、こういった中小企業に光をあて、これからの中小企業の可能性を学んでいく。また、何故大企業との関係を改善できない中小企業が存在するのかも事例を交え皆さんと考えていく。</p>			
講義の到達目標			
<p>独自に展開する中小企業があるとはいえ、多くの中小企業が厳しい状況にさらされている。従って、本講座ではこういった中小企業の現状を認識し、その上でどうすれば中小企業がこの状況から脱することができるかを考え、その解決の可能性を身につけていく。以上がこの授業の到達目標である。</p>			
準備学習等の指示			
<p>講義前に日本経済新聞などの中小企業関係の記事を読んで、中小企業の現状を調べておくこと。</p> <p>なお、準備学習においては原則2時間程度費やすこと。</p>			
授業計画			
第1回	ガイダンス		
第2回	中小企業とは何か		
第3回	中小企業の歴史的背景1(第二次世界大戦後～1980年代)		
第4回	中小企業の歴史的背景2(1990年代～現在)		
第5回	中小企業の多様性1(量的)		
第6回	中小企業の多様性2(質的)		
第7回	中小企業の課題1(大企業との関係)		
第8回	中小企業の課題2(異業種との関係)		
第9回	ベンチャー企業1(新規創業)		
第10回	ベンチャー企業2(第二次創業)		
第11回	中小企業と情報ネットワーク1(工業系)		
第12回	中小企業と情報ネットワーク2(商業系)		
第13回	事例研究1(工業系)		
第14回	事例研究2(商業系)		
第15回	授業時試験・まとめ		
評価方法			
<p>授業時試験70%、授業時レポート10%、授業への貢献度20%</p> <p>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。</p>			
履修上の注意			
<p>授業時試験及び授業時レポート内容を重視する。</p>			

教科書
佐久間信夫編『現代企業論の基礎』学文社、2006年
参考文献
佐久間信夫編『経営学原理』創成社、2014年

2017/04/05(水)17:00

科目名	マーケティング戦略論2		
担当教員名	仁平 京子		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	マーケティング戦略論2		
先修科目	マーケティング入門1、消費者行動論		
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「○」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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>例えば、消費者が、新しいノートパソコンを買おうと検討している場面を仮定する。はじめに、消費者は、テレビCMや新聞のチラシ、インターネット広告、企業のホームページ、インターネットの価格比較サイト、パソコン雑誌、友達・知人からのくちコミ(クチコミ、口コミ)などに接する。次に、消費者は、ヨドバシカメラなどの家電量販店の売り場で製品を比較し、販売員の製品説明や販売努力によって購入する気持ちが高まり、購入できる価格設定であれば、実際の購買行動に移っていく。</p> <p>そのため、企業のマーケティング活動では、「消費者のために」、どのような製品を作ればよいのか？どのような流通チャネル(お店の場所)を構築した方がよいのか？いからの価格で販売した方がよいのか？企業と消費者はお互いにどのようにコミュニケーションを受発信していけばよいのか？などの「マーケティングのしぐみ(仕掛け)」を戦略的に考える必要がある。</p> <p>そして、マーケティングの対象領域は、「製品戦略」から「事業戦略」、「企業戦略」へと拡大してきている。したがって、この講義では、製品戦略単位のマーケティング・ミックスから、事業戦略単位のマーケティング、さらには、企業戦略単位のマーケティングへの展開についても検討する。この講義では、毎回、企業のマーケティング活動のニュースや事例も紹介する。</p>			
講義の到達目標			
<p>この講義では、以下の3つの力を身につけることを到達目標としている。</p> <p>①履修者が、製品戦略単位のマーケティング・ミックスから、事業戦略単位のマーケティング、さらには、企業戦略単位のマーケティングへの発展・拡大について理解する。</p> <p>②履修者が、マーケティング・ミックスやSWOT分析、製品ポートフォリオ・マトリックスなどの基礎的な専門用語の名称とその意味を理解して、専門用語を自ら表現できるようになる。</p> <p>③履修者が、自ら積極的にマーケティングの生きた教材である事例と接する中で、今まで気づかなかったことが「?(疑問)」になり、わかったという「!(確信)」に変わり、マーケティングの面白さとその深さを実感する。</p>			
準備学習等の指示			
予習(60分)、復習(60分)。シラバスや授業や内容をもとに、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	マーケティングの誕生:マーケティングの歴史/マーケティングの概念/マーケティング・コンセプト/マーケティング戦略の構造/マーケティングの4P(Product:製品、Price:価格、Place:流通チャネル、Promotion:プロモーション)		
第2回	マーケティング環境と経営戦略:戦略的マーケティングの概念/3C(Customer:顧客、Competition:競争相手、Corporation:企業)分析/競争優位を獲得するための環境分析と自社分析/SWOT(Strengths:強み、Weaknesses:弱み、Opportunities:機会、Threats:脅威)分析		
第3回	事業機会の選択:市場需要の創造と市場開拓・拡大/新事業探索のポイント/アンゾフの製品・市場マトリックス/アンゾフの成長ベクトル/製品ポートフォリオ・マトリックス		
第4回	事業領域の選択:企業ドメインの作成/事業領域設定の枠組み/集約型多角化と連鎖型多角化/事業多角化と経営資源の活用戦略/企業アイデンティティと企業イメージ/企業戦略とマーケティングの関係		
第5回	市場細分化戦略と製品差別化戦略:マス・マーケティングからターゲット・マーケティング、ワン・トゥ・ワン・マーケティングへの変遷/STP(Segmentation:セグメンテーション、Targeting:ターゲティング、Positioning:ポジショニング:STP戦略、STPマーケティング)/市場細分化とターゲット市場の設定/市場細分化基準/製品差別化		
第6回	消費者市場のデータ分析:一次データと二次データ/データの収集方法(①質問法、②観察法、③実験法)/測定尺度の性質(①名義尺度、②序数尺度、③間隔尺度、④比例尺度)		
第7回	消費者行動分析:消費者理解の分析方法(①S-O-Rモデル研究、②消費者情報処理研究、③ライフスタイル研究)/新製品の普及プロセスと準拠集団/ポストモダン消費者行動分析		

第8回	製品政策:マーケティングの製品の捉え方/新製品開発プロセス/製品ライフサイクル(PLC)/計画的陳腐化/ブランドの先発優位性と後発優位性/ブランドの基本戦略/ブランドの採用戦略/ブランド拡張
第9回	価格政策:価格設定の基本方針/新製品の価格対応(①上澄み吸収価格戦略、②市場浸透価格戦略)/製品ラインの価格設定(①プライス・ライニング戦略、②抱き合わせ価格戦略、③キャプティブ価格戦略)/消費者心理をつかむ価格設定
第10回	流通チャネル政策:3つのチャネル政策(①開放的チャネル政策、②排他的チャネル政策、③選択的チャネル政策)/垂直的マーケティング・システム(VMS)メーカーによるチャネル管理/延期—投機の理論による生産・流通システムの決定
第11回	プロモーション政策:コミュニケーション・モデル/サブリミナル広告/コミュニケーションの反応プロセス/(①AIDMAモデル、②AISASモデル)/コミュニケーション・ミックス/広告/セールス・プロモーション/マーケティング・コミュニケーション(MC)
第12回	サービス・マーケティング:サービス経済化/提供者の特徴によるサービスの分類/サービスの特性(①無形性、②品質の変動性、③不可分性、④消滅性、⑤需要の変動性)/サービス業のマーケティング(①インターナル・マーケティング、②エクスターナル・マーケティング、③インタラクティブ・マーケティング)/サービス・ドミナント・ロジック(S-Dロジック)
第13回	ソーシャル・マーケティング:ソーシャル・マーケティングの2つの流れ(①非営利組織のマーケティングの特徴と方法、②社会志向のマーケティング(a. 社会責任のマーケティング、b. 社会貢献のマーケティング))
第14回	リレーションシップ・マーケティング:ステイクホルダーとの相互作用/コミュニ・マーケティング/流通チャネルにみられるリレーションシップ・マーケティング
第15回	授業時試験とその解説
評価方法	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・授業内課題は、授業中に内容を紹介し、説明や講評を行う。</li> <li>・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。</li> </ul>	
履修上の注意	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・授業中の私語や携帯電話の使用は、固く禁止している。</li> <li>・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。</li> </ul>	
教科書	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦著『マーケティング戦略[第4版]』、有斐閣アルマ、2012年。</li> </ul>	
参考文献	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・石井淳蔵・廣田章光著『1からのマーケティング(第3版)』、碩学舎、2009年。</li> <li>・和田充夫・日本マーケティング協会編『マーケティング用語辞典』、日本経済新聞社、2005年。</li> </ul>	

2017/04/05(水)17:02

科目名	広告論		
担当教員名	宮澤 薫		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	広告論		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>私たちは日々、様々な場所でたくさんの方の広告に触れながら生活をしている。普段は特別な注意を払うことなく「広告」を目にしているかもしれないが、一つ一つの広告の裏側には広告目標や予算の設定、媒体計画や表現計画、そして広告効果の測定など多様な広告活動が行われているのである。本講義では、こういった「広告」に関する基礎的な知識を学ぶと同時に、マーケティング戦略における広告の位置づけや広告ビジネスの仕組み、また広告戦略の実際について事例を取り入れながら説明を行っていく。</p>			
講義の到達目標			
<p>広告に関する基礎的な知識を習得すると同時に、実際の広告について、その背景にある戦略を分析できる応用力を身につける。</p>			
準備学習等の指示			
<p>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。</p>			
授業計画			
第1回	ガイダンス		
第2回	広告とは何か：定義と役割		
第3回	広告の機能と種類		
第4回	マーケティング計画と広告		
第5回	広告と消費者行動		
第6回	広告取引と広告組織① 広告会社の役割と機能		
第7回	広告取引と広告組織② 広告取引の構造		
第8回	広告媒体の種類と特徴① マスコミ4媒体		
第9回	広告媒体の種類と特徴② OOHとインターネット		
第10回	広告計画① 広告計画の流れと広告戦略		
第11回	広告計画② 広告表現と媒体計画		
第12回	広告効果		
第13回	ブランド構築と広告		
第14回	まとめ		
第15回	授業時試験・講評		
評価方法			
<p>授業への貢献度(20%)、授業時レポート(20%)、授業時試験(60%)          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。</p>			
履修上の注意			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングに関する基礎的な知識を有することが望ましい。</li> <li>・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。</li> </ul>			
教科書			

特に指定しない。

参考文献

岸志津江・田中洋・嶋村和恵(2000)『現代広告論』有斐閣

嶋村和恵 監修(2008)『新しい広告』電通

石崎徹 編著(2012)『わかりやすい広告論』八千代出版

2017/04/05(水)17:04

科目名	マーケティングコミュニケーション論/マーケティング戦略論		
担当教員名	松本 大吾		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2
講義名	マーケティングコミュニケーション論		
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	◎
※CUC6つの能力要素詳細	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>テレビCM、屋外の看板、電車の中吊り、企業ウェブサイト、モバイルクーポン、ダイレクトメール、Facebook、店員との会話、雑誌の付録、イベント開催、記者発表…。企業は消費者とコミュニケーションするために、多様な手段を活用している。自社の製品やサービスのことを、いかに知らせ、いかに好きになってもらうか。こうした課題に取り組むのがマーケティング・コミュニケーション(MC)である。</p> <p>本講義では上記のようなマーケティング・コミュニケーションに関する知識を得ることを目的とする。特に、ブランド構築とマーケティング・コミュニケーション、統合型マーケティング・コミュニケーション(IMC)の考え方、インタラクティブ・コミュニケーションの重要性、販売促進戦略と具体的手法などを扱う。</p>			
講義の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティング・コミュニケーションに関する知識を得る。</li> <li>・企業のビジネス活動に対するより高度な分析的視点を得る。</li> </ul>			
準備学習等の指示			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティング関連必修科目(マーケティング入門など)の内容を身につけておくこと。</li> <li>・毎時間、前回の講義内容を問題形式で出題する。そのため、前回内容を1時間程度必ず復習しておくこと。</li> </ul>			
授業計画			
第1回	ガイダンス		
第2回	マーケティング戦略の構造		
第3回	コミュニケーション環境の変化とMCの全体像①現代の情報環境		
第4回	コミュニケーション環境の変化とMCの全体像②MCの構造		
第5回	消費者視点のMC		
第6回	ブランド・コミュニケーション①関係性構築のMC		
第7回	ブランド・コミュニケーション②企業と消費者の相互作用		
第8回	時間軸を考慮したMC		
第9回	販売促進戦略①販売促進の種類		
第10回	販売促進戦略②長期的効果を生む販売促進とは		
第11回	商品パブリシティ		
第12回	インタラクティブ・コミュニケーション		
第13回	ゲストスピーカー		
第14回	まとめ		
第15回	授業時試験		
評価方法			
授業への参加度30%、授業時試験70%			
履修上の注意			
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はある。			

教科書
開講時に指示する。
参考文献
開講時に指示する。

2017/04/05(水)17:06

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	2017年度 春学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2
講義名	-		
先修科目	アカウントティング入門		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>なお、この講義では簿記技能の訓練は行わない。</p>			
【注意事項】この授業は、アカウントティング入門(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			
<p>わが国の企業会計制度の全体像を理解する。</p> <p>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。</p>			
準備学習等の指示			
<p>アカウントティング入門で学習したことを復習しておくこと。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>毎回、授業外で2時間程度学習する必要がある。</p>			
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。			
履修上の注意			
この講義の履修者は、アカウントティング入門(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。			

さがつくeラーニングに掲示するレジユメを、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。

2017/04/05(水)17:07

科目名	管理会計論/特別講義(管理会計論)		
担当教員名	清水 喜久		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2
講義名	マネジメントと管理会計		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>会計と一口にいっても、財務会計と管理会計では、その役割が大きく異なる。財務会計は、企業の財政状態や経営成績を把握し、利害関係者に適切な情報開示を行うことを目的とする一方、管理会計は、マネジメント層に対して業績測定・評価を可能にするといった点で、企業経営に対して大きな責務を果たしている。</p> <p>管理会計は、一般に原価計算と予算管理に大別されることが多いが、実際の経営判断においては、この範疇にとどまらない。それぞれの企業が、自社に合わせて様々な管理手法を採用することも多いのである。そこで本講義では、管理会計に最低限必要な共通のスキルをつけることを目的として授業を進めたい。</p> <p>尚、授業の性格上、会计学(簿記論、財務諸表論)に関する相応の予備知識を持っていることを前提とする。</p>			
講義の到達目標			
管理会計の初歩を理解し、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) -管理会計と経営管理について考える-		
第2回	管理会計と財務会計の相違点		
第3回	企業における管理会計部門の役割① -経営における管理会計-		
第4回	企業における管理会計部門の役割② -マネジメントシステムとしての管理ツール-		
第5回	経営分析について知っておきたいこと① -経営分析とはなにか-		
第6回	経営分析について知っておきたいこと② -企業経営における経営分析の役割-		
第7回	原価計算について学ぼう① -原価計算の基礎を学ぶ-		
第8回	原価計算について学ぼう② -管理会計における原価計算の役割-		
第9回	損益分岐点と限界利益について		
第10回	総合的な予算システムの概略① -目標設定、原価管理について考える-		
第11回	総合的な予算システムの概略② -経営における予算システムのあり方-		
第12回	予算と実績管理の重要性 -Plan Do Seeサイクルの徹底-		
第13回	経営管理機能と戦略立案① -経営戦略概略-		

第14回	経営管理機能と戦略立案② -経営と管理機能について-
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(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	
<p>学生の皆さんには、近い将来所属することになる実社会への準備段階として、あらゆることに対して問題意識や積極性を持ち、授業や討議に参加することを望みたい。教科書や参考書を通読するのは当然だが、新聞等様々な媒体記事にも興味を持って接すること。</p> <p>以下、履修上の制限等補足する。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本講義は、効果的な学習効果を狙うため、財務会計の初歩(必修科目『アカウンティング入門(もしくは、これに準じる会計学必修科目)』で「B」以上の成績)を修めている者が望ましい。</li> <li>2. 私語はいかなる理由があっても厳禁。注意された学生は厳しく対処する。</li> <li>3. 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をお奨めする。</li> </ol>	
教科書	
『管理会計・入門(有斐閣アルマ)』浅田孝幸 他、有斐閣 2016年	
参考文献	
<p>『管理会計のエッセンス』ワシントン大学フォスタービジネススクール管理会計研究会訳、同文館出版 2015年</p> <p>『稲盛和夫の実学-経営と会計』稲盛和夫、日本経済新聞社 2000年</p> <p>より深く勉強する教材として、</p> <p>『管理会計』櫻井通晴、同文館 2015年</p> <p>『原価計算』岡本清、中央経済社 2000年</p> <p>『管理会計』岡本清他、中央経済社 2008年</p>	

2017/04/05(水)17:09

科目名	企業価値評価		
担当教員名	清水 喜久		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2
講義名	企業価値評価の基礎		
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	◎
※CUC6つの能力要素詳細	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>企業価値を定量的に測定する試みは、企業買収や合併に限ったことではなく、マネジメントは常にその最大化に努めなければならない。</p> <p>この分野では、簿価純資産法やDCF法、更にはデュエリジェンスに関する詳細まで、具体的な手法にのみ焦点が当てられやすいが、重要なことは、企業価値を評価する本質的な意義である。企業価値は、あらゆる経営上の諸活動が集積されたものであり、それ単独に考えてはならない。従って、本講義では、企業価値を評価する手法も対象とするが、実際の事業活動との関わり合いについて念頭に置きながら幅広く議論してみたい。</p> <p>尚、授業の性格上、会計学(簿記論、財務諸表論)に関する相応の予備知識を持っていることを前提とする。</p>			
講義の到達目標			
企業価値評価の初歩を理解し、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) -企業価値とはなにか-		
第2回	企業価値を創造するマネジメントの役割		
第3回	財務諸表について復習しよう① -財務会計論を学ぶ-		
第4回	財務諸表について復習しよう② -経営分析あれこれ-		
第5回	キャッシュフローについて考える -キャッシュフローは何故重要なのか-		
第6回	過去の業績評価をどう考えるか		
第7回	将来の業績予想は、何故難しいのか		
第8回	企業価値評価のフレームワーク① -キャッシュフローと企業価値-		
第9回	企業価値評価のフレームワーク② -様々な評価手法と価値について-		
第10回	企業価値算定と分析① -定量的企業価値評価から得られるもの-		
第11回	企業価値算定と分析② -企業価値を高めるためには-		
第12回	M&Aと企業価値について① -経営戦略とM&A-		
第13回	M&Aと企業価値について② -M&Aは企業価値増大に役立つのか-		

第14回	不正会計が与える企業価値への影響について考える
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(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	
<p>学部で学んだ内容総てが必要になるとは限らないが、旺盛な知識欲を駆使して幅広い分野を吸収しようとする探究心は、皆さんの社会生活を円滑に進める糧となろう。そこで、学生の皆さんには、近い将来所属することになる実社会への準備段階として、あらゆることに対して問題意識や積極性を持ち、授業や討議に参加することを望みたい。</p> <p>教科書や参考書を通読するのは当然だが、これに拘ることなく、新聞等様々な媒体記事にも興味を持って接すること。</p> <p>1. 本講義は、効果的な学習効果を狙うため、財務会計の初歩(必修科目『アカウンティング入門(もしくは、これに準じる会計学必修科目)』で「B」以上の成績)を修めている者が望ましい。</p> <p>2. 私語はいかなる理由があっても厳禁。注意された学生は厳しく対処する。</p> <p>3. 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をお奨めする。</p>	
教科書	
『はじめての企業価値評価(日経文庫)』砂川伸幸他、日本経済新聞社 2015年	
参考文献	
『企業価値評価』伊藤邦雄、日本経済新聞社 2014年	
『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	
『企業価値評価【上・下】』マッキンゼー&カンパニー他、ダイヤモンド社 2016年	

2017/04/05(水)17:10

科目名	内部監査論/内部統制入門		
担当教員名	坂井 恵		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	カリキュラムにより異なります。	単位	2
講義名	内部統制評価の理論		
先修科目	企業会計制度		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>企業不祥事が相次ぐなか、企業の内部統制の重要性が広く認識されるようになった。その結果、社会的な影響力の大きな企業の経営者に内部統制を整備する責任があることが、わが国でも法令により明確化され、わが国の企業で内部統制評価を担う内部監査機能を充実させる必要性が高まっている。</p> <p>この講義では、こうした内部監査の実践を支える理論について学習する。具体的には、コーポレート・ガバナンスにおける内部監査の役割、内部統制に関する制度、代表的な内部統制概念、内部統制評価の方法等、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。</p>			
講義の到達目標			
内部監査の意義、内部統制概念、内部統制評価の方法について理解する。			
準備学習等の指示			
<p>企業会計制度で学習したことを復習しておくこと。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>毎回、授業外で2時間程度学習する必要がある。</p>			
授業計画			
第1回	イントロダクション		
第2回	企業会計制度の意義と限界		
第3回	コーポレート・ガバナンスとは		
第4回	コーポレート・ガバナンスと内部監査		
第5回	内部監査とは		
第6回	アシュアランスとコンサルティング		
第7回	内部監査の基準と要件		
第8回	内部統制概念の生成		
第9回	現代の内部統制概念		
第10回	内部統制評価の基礎概念		
第11回	内部統制評価の方法		
第12回	本社レベル統制とプロセスレベル内部統制		
第13回	内部統制概念の発展		
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。			
履修上の注意			
この講義の履修者は、企業会計制度(旧・財務会計入門2)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ユメを、必ず授業に持参すること。

授業計画は、受講者の理解度に合わせて変更する可能性がある。

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。

2017/04/05(水)17:11

科目名	特別講義(インベスター・リレーションズ実践(IR))		
担当教員名	滝澤 淳浩		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	インベスター・リレーションズ実践(IR)(特別講義)		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>インベスター・リレーションズ(IR)とは、企業が株主や投資家に投資判断として必要な経営状況や財務状況、業績動向などを適時、公平に継続して提供し、自社への投資を呼び掛ける広報活動全般のことをいう。</p> <p>企業はIRを通じ株主や投資家と緊密なコミュニケーションをはかり自社株を商品とするマーケティングを行い、企業全体の価値評価を通じて資金調達、株主数の増加、株主構成の安定化、株式売買高の増大、適正な株価の維持などに繋げ自社の事業活動を円滑に進める。</p> <p>講義では一般広報から入り、IRの概論から実務の基礎まで習得できる内容にする。企業の現役のIR担当者をゲストとして招聘したり、企業の個人投資家向け会社説明会等に出席し現場での学習も行う。</p>			
講義の到達目標			
<p>「お金は生命の次に大切なもの」。その大切なお金を自社に投資してもらうためには、先ず投資家から信用を得なくてはならない。その信用を得るために必要とされるものは数多くあるが、その中でも「経営戦略」と「コミュニケーション力」である。将来、企業の広報・IR担当に、あるいは起業家となった時に実践できるようになることを到達目標とする。</p>			
準備学習等の指示			
<p>新聞やテレビ、ネットのニュースを見るように心掛けること。簡単な「株式投資」「広報・IR担当の仕事」「財務諸表の読み方」「プレゼンテーション資料のつくり方」などに関する本に目を通しておくこと。予習と復習を合わせて1時間程度必要。</p>			
授業計画			
第1回	ガイダンス		
第2回	IRの概論		
第3回	IRの歴史と欧米のIR活動		
第4回	アナリストとファンドマネージャー		
第5回	IR活動の実務①(目標・予算・スケジュール)		
第6回	IR活動の実務②(ツール・イベント)		
第7回	個人投資家向けIR活動		
第8回	機関投資家向けIR活動		
第9回	株主還元と株主優待制度		
第10回	企業のIR担当者を招聘して会社説明会		
第11回	企業のIR担当者を招聘して決算説明会		
第12回	企業のIRプレゼンテーションの作成		
第13回	IRシュミレーション(グループ別ディスカッション及び発表:前半)		
第14回	IRシュミレーション(グループ別ディスカッション及び発表:後半)		
第15回	総括		
評価方法			
<p>・授業貢献度・参加度 50%</p> <p>・授業内レポート 50%</p> <p>上記を総合的に勘案して評価する。授業内レポートについては、実施翌週の講義内で優れたものを発表しコメントする。</p>			
履修上の注意			

講義の順序や内容などが変更となる場合がある。

・始業時間の厳守。

・私語、内職、飲食、携帯電話の使用は禁止。

以上の注意が守れない場合は、あるいは担当者の指示に従わない場合は厳しく対処する。

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。

2017/04/05(水)17:12

科目名	デザイン論/特別講義(デザイン論)		
担当教員名	西尾 淳		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	デザイン思考の基礎		
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	○ ◎
※CUC6つの能力要素詳細	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
サービス創造とは、生活者にとっての幸せな体験をデザインすることである。そう考える時、サービス創造学部の学生は体験をデザインするデザイナーと言えるだろう。そのような人材に成長する上では「デザイン思考」を理解し実践することが重要である。この講義では、①対象をよく観察する ②課題の本質を見極める ③情報を収集・分析する ④アイデアを拡散する ⑤アイデアを収斂する ⑥プロトタイプを作る ⑦検証する、というデザイン・プロセスの理解と実践を通して、サービス創造にとっての「デザイン思考」の重要性・有用性を学ぶ。			
講義の到達目標			
課題解決の方法としてのデザイン思考を理解し、「プロジェクト実践」において活用できること。イノベーションを起こす可能性を自分自身に見出すこと。			
準備学習等の指示			
準備学習としてデザインに関する書物を最低1冊は読み終えてくること。2回目講義時にその書籍についての概要と感想をA4用紙1枚にまとめて提出すること。読書に3～10時間、執筆に3～10時間程度と想定する。授業で出された宿題を必ずやり提出すること。			
授業計画			
第1回	ガイダンス デザイン論概要		
第2回	デザイン思考とは何か		
第3回	対象を観察する 演習課題「店舗の観察」		
第4回	講評		
第5回	課題を発見する 演習課題「言葉でデッサンする」		
第6回	講評		
第7回	情報を収集・分析する 演習課題「資料集め」		
第8回	講評		
第9回	アイデアを発想する① 演習課題「アイデアの拡散」		
第10回	アイデアを発想する② 演習課題「アイデアの収斂」		
第11回	講評		
第12回	形を作る① 演習課題「アイデアのプロトタイプ化」		
第13回	形を作る② 演習課題「プロトタイプの修正・改良」		
第14回	発表と検証		
第15回	講評		
評価方法			
授業参加度50%、授業内レポート50% 授業内レポートへのフィードバックは後日講義内で優秀レポートを中心に行う。			
履修上の注意			
欠席が多い場合早い段階で厳しく対処する。			
教科書			

特になし。

参考文献

this is service design thinking: Marc Stickdorn / Jakob Schneider (2013年・BNN新社)  
Design Thinking デザイン思考と経営戦略: 奥出直人(2012年・NTT出版)

2017/04/05(水)17:17

科目名	特別講義(観光学)		
担当教員名	内田 彩		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	-		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>観光は、旅行業、宿泊業だけではなく、交通運輸業、飲食業、土産品の生産や流通業などの幅広い産業を含み、21世紀の国際的基幹産業の一つと言われている。「観光学」は、こうした観光という社会現象を多様な方法から読み解く学問である。</p> <p>本授業では観光の歴史的な成り立ちと現代観光の基本を理解したうえで、観光におけるサービス産業の構造と役割を学ぶことを目的としている。</p>			
講義の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光の成り立ちと現代観光の基本的な構造を理解する。</li> <li>・観光学の役割を学んだうえで、現代観光の課題を解決する力を養う。</li> </ul>			
準備学習等の指示			
<p>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。また、日頃から新聞、書籍、雑誌等で観光産業に関する情報に関心を持ち目を通して(30分)。</p>			
授業計画			
第1回	観光と観光学		
第2回	観光の歴史を読み解く① —古代から中世 旅の原型—		
第3回	観光の歴史を読み解く② —近世 新しい旅の萌芽—		
第4回	観光の歴史を読み解く③ —近代 「観光」の始まり—		
第5回	観光の歴史を読み解く④ —現代 観光の発達—		
第6回	現代観光の様相を読み解く —観光を取り巻く産業—		
第7回	観光の影響と効果を読み解く		
第8回	観光者の心理と行動を読み解く		
第9回	観光と情報を読み解く		
第10回	観光対象を読み解く		
第11回	観光と地域社会を読み解く		
第12回	観光における開発と保護を読み解く		
第13回	観光と文化を読み解く		
第14回	観光における諸制度を読み解く		
第15回	観光学を読み解く-授業時試験・まとめ—		
評価方法			
<p>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。</p> <p>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。</p>			
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。携帯は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**

前田勇編著:『新現代観光総論』学文社、2015年

2017/04/05(水)17:18

科目名	特別講義(観光地理学)		
担当教員名	山田 耕生		
学部	サービス創造学部	開講学期	2017年度 春学期
学年	2	単位	2
講義名	-		
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	<a href="http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html">http://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/policy/index.html</a>		
講義内容			
<p>日本はもとより世界にはさまざまな観光地があるが、観光資源の特性や観光行動などによって観光地はさまざまな種類にわけられる。さらに、同じタイプの観光地でも、立地や諸条件によって発展の過程も異なる。したがって、旅行業界や宿泊業界、鉄道・航空などの交通業界にとって観光地の特性を正しく理解することは、ツアー企画やマーケティングといった面からも重要である。本講座では、温泉地や町並み観光地、都市観光地、リゾート地など、いくつかのタイプの観光地について、事例を交えながら解説、検討していくほか、今日的な動向を展望していく。</p>			
講義の到達目標			
さまざまなタイプの観光地の特徴および国内外の事例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			
次回講義の観光地の種類、事例について授業の最後に伝えるので、事前に内容を確認し、事例についてはおおよその概要を把握しておくこと(位置や主な観光資源などの特性)。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。			
授業計画			
第1回	オリエンテーション「観光地理学」とは		
第2回	観光資源の分類(観光資源とは/観光資源の特徴)		
第3回	観光地の発展過程と成立条件		
第4回	都市観光地の特徴と動向		
第5回	都市観光地事例1(横浜)		
第6回	都市観光地事例2(シンガポール)		
第7回	町並み観光地の特徴と動向		
第8回	町並み観光地事例(川越)		
第9回	温泉地の特徴と動向		
第10回	温泉地事例(草津、湯布院、黒川)		
第11回	リゾート地の特徴と動向		
第12回	リゾート地事例(バリ島)		
第13回	世界の観光地の動向		
第14回	日本の観光地の動向		
第15回	まとめ/授業時試験(または授業時レポート)		
評価方法			
授業時試験(70点)、リアクションペーパー(30%)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
溝尾良隆『観光学-基本と実践(改訂新版)』、古今書院、2015年