

主要科目の目標、特長 (経営学部 経営コミュニケーション学科 マーケティング・デザイン学科)		
授業科目の名称	目 標	特 長
経営学総論	マネジメントの基礎知識に関し、現実の産業社会や企業行動等と関連づけながら理解していくことを目標とする。	パソコン・ビデオ等の機器を効果的に活用し、また、身近な題材、現実活動している企業の事例を取り上げながら講義を展開、“大学という社会を理解する場”“経営学部で学ぶことの意義を理解する場”とする。
マーケティング	マーケティングとは、顧客価値を創造し、伝達するプロセスであるとの認識に立ち、マーケティングの本質を理解し、体系的に習得することを目標とする。	総論として、マーケティングの活動内容を明らかにした後、マーケティング理念の変遷、マーケティングの体系について概説する。各論部分では、製品戦略、価格戦略、チャンネル戦略、プロモーション戦略などを中心に講義する。
経営情報（基礎）	情報処理の歴史を概観することにより現在の立ち位置を把握し、情報通信に関する基本的な技術（ハードウェア、ソフトウェア、通信など）と最先端の技術（クラウドコンピューティング、人工知能、ビッグデータなど）の両方を習得し、経営情報システムの構築プロセスを体系的に理解することを目標とする。	情報通信技術の分野は日進月歩で発展しており、また、最先端の情報通信技術の結晶とも言えるスマートフォンは人々の日常に深く浸透している。これらに対応するため、最新の事例や身近な題材を授業に取り入れ、学生のより深い理解を促す。
起業と事業創造	講義内に定期的に新興企業の経営者を招聘し、その新興企業向けの事業提案を策定するなど、起業の方法や事業戦略の立案方法を具体的に検討していくことを目標とする。	包括提携協定を締結している社団法人東京ニュービジネス協議会（NBC）の冠講座であり、極めて実践的な内容を含む。授業内で事業化シミュレーション等も実施予定。
人的資源管理	人材マネジメントのあり方が企業経営の成否を左右するといっても過言ではない現代社会において、人材マネジメントの理論的基盤となっている人的資源管理（ヒューマンリソースマネジメント（HRM））について、基本的フレーム、ベース理論、人材の採用、人材の評価、人材の育成、給与システムなど具体的事例を交えながら解説することを目標とする。	講義は単なる理論の解説に終始することなく、具体的な事例を交えながら行っていく。また、授業の展開にあたってはなるべく学生の参画が可能なものとする。
ビジュアル・シンキング	ビジュアルを用いた経営コミュニケーションの技法である「ビジュアル・シンキング」に関する基礎的な知識、手法、体験を、講義と具体的な作業を通じて得ることを目標とする。	ビジュアル・シンキングは、人々の知を引き出しつつ、皆で発想し、合意を形成していくために有効な技法である。組織経営の様々な局面で求められる、情報伝達、目標共有、価値創造等のプロセスを効果的に実行できる有効な手法であると考えられる。
金融	金融の基礎知識と基本的な考え方を平易に解説、資金の決済と運用・調達の基本など、金融全般の基本的知識と判断力を得ることを目標とする。	時事的な経済や金融の動きについても説明し、現実の市場の動きに関心を持たせる。また、金利についての簡単な計算も課題に組み込んでおり、実務的な側面にも配慮した内容となっている。
簿記原理	複式簿記の計算原理を探究することに主眼を置き、商企業の経済活動である取引を正確に記録・計算・整理する能力を身につけることを目標とする。財務諸表作成に不可欠な複式簿記の理論的側面と技術的側面を並列的に概説し、その涵養に努める。	複式簿記の原理と手続を、できる限り具体的に平易に解説する。簿記は数多くの練習問題を繰り返し解くという勉強態度が要求されるので、講義の前半では、各項目のポイントを説明し、後半では練習問題を解答するという形式で講義を進める。