

## 目次

【1】 設置の趣旨及び必要性	..... P. 2
【2】 学部・学科等の特色	..... P. 7
【3】 学部・学科等の名称及び学位の名称	..... P. 9
【4】 教育課程編成の考え方及び特色	..... P. 9
【5】 教育方法、履修指導方法及び卒業要件	..... P. 15
【6】 多様なメディアを高度に利用して、授業を教室以外の場所で履修させる場合の 具体的計画	..... P. 19
【7】 編入学定員を設定する場合の具体的計画 (本学科については、編入学定員を設定せずに定員の範囲内で編入学を認めている 場合に該当)	..... P. 20
【8】 企業実習（インターンシップ）を実施する場合の具体的計画	..... P. 21
【9】 取得可能な資格	..... P. 22
【10】 入学者選抜の概要	..... P. 25
【11】 教員組織の編成の考え方および特色	..... P. 30
【12】 施設、設備等の整備計画	..... P. 31
【13】 管理運営	..... P. 34
【14】 自己点検・評価	..... P. 36
【15】 情報の公表	..... P. 38
【16】 教育内容等の改善を図るための組織的な研修等	..... P. 46
【17】 社会的・職業的自立に関する指導等及び体制	..... P. 48

## 【1】設置の趣旨及び必要性

### 1. 建学の精神と大学の理念

文京学院大学は、1924年（大正13年）に創立者である島田依史子が東京本郷で島田裁縫伝習所を開いたことから始まった。前年の1923年（大正12年）に関東大震災が発生し、震災の惨状を目のあたりにした創立者は、これからは女性も社会に出て仕事を持つことの重要性を考えるようになり、「女性に自立の力を」を唱え、自立を助ける裁縫技術はもとより、女性としての教養も教えるようになった。

その後、創立40周年を迎えた1964年に文京女子短期大学開学、1991年に女子大初の経営学部を持つ文京女子大学を開学、2002年4月からは「文京学院大学」に校名を変更し、2005年からは男女共学へ移行した。すなわち、創立時の精神を継承しつつ、常に時代の先を見つめながら、「女性」から「人間」へと視野を広げてきたのである。

創立者が掲げた「自立と共生」の建学の精神、「誠実・勤勉・仁愛」の校訓に基づき、その精神の目指すところを高度化・多様化する社会の要請に応じて、現代社会の中で実現し、学生一人ひとりが可能性を伸ばすことができる教育の場を提供している。

### 2. 中長期計画（B'sビジョン）

創立90周年を迎えた2015年に創立100周年を目指した本学の中長期計画である「B'sビジョン2024」を策定した。この「B'sビジョン2024」では、大学の理念・目的に基づき、「国際化に対応した地球市民の育成」、「教育力日本一を目指す」、「ストレス耐性のある人材の育成」、「永久サポート大学」の4つのビジョンを掲げている。これは、建学の精神「自立と共生」のもとに、ストレス耐性を持ち（精神的に自立し）地球市民として（グローバルに共生できる）活躍できる人材を育成すること、そしてそのような人材を育成するための教育力を持ち（日本一の教育力を目指し）卒業後も教育の場を提供する（永久サポート大学）ことを意図している。

### 3. 設置の必要性

18歳人口が減少し、大学を取り巻く社会環境は今後も引き続き変化の激しい不透明且つ厳しいものとなることが予想されている。そのような不確実な社会において、高等教育機関として今後も社会に貢献していくためには、大学の理念に基づきながらも時代の要請に応えうる揺るがぬ目標を持ち、社会に必要とされる人材を世に送り出していくことが必要

である。

経営学部では、建学の精神である『自立と共生』の理念をよく理解し、校訓である「誠実」「勤勉」「仁愛」を実現する等の大学のディプロマ・ポリシーを踏まえたうえで、幅広い教養と経営学や各専門分野の理論と実際を修得するとともに、卒業後も自律・自立して学習できる人材の育成を目指した学部教育を行ってきた。

しかし、社会の環境が多様化、複雑化するに伴い、経営学部において対象としてきた各専門分野における教育研究領域も急速に多様化、複雑化している。例えば、AI や IoT、ブロックチェーンなどの革新的なデジタル技術が進展し、それらが膨大かつ多種多様なデータの収集・分析を可能にしたことで、社会のあり方が大きく変わってきた。この DX の波は、新型コロナウイルス感染拡大を契機に想像以上に加速化し、もはや止まることはない。テクノロジーにより、ビジネスのあり方そのものが変化し、さまざまな業種・業界のバリュー・チェーンにも変化が起きている。社会ではこのような変化に素早く対応できる「人材」の育成が求められており、大学教育においても企業のニーズに応えられる学生の教育が急務である。

これまで経営学部は 1 学科（経営コミュニケーション学科）2 専攻（マネジメント専攻／マーケティング・デザイン専攻）としてきたが、マーケティング・デザイン専攻を発展して、令和 5 年 4 月より経営学部にてマーケティング・デザイン学科を新たに設置することとした。インターネットの登場以来、マーケティングは変化し続けている。これまでのマネジリアル・マーケティングでは消費者の行動や心理を捉えきれない。新しいデジタル・マーケティングが重要となっており、新たな教育が必要となっている。本学経営学部では、従来のマーケティングマネジメントに留まらず、これまでもコンテンツを構想し、デザインも同時に理解できる新しいマーケターの育成を目指し、カリキュラムを設置してきた。今後デジタルネイティブともいえる学生たちを、デジタル経済の担い手として育成・成長させるためには、現在の情報、IT、マーケティング、コンテンツといった縦割りの教育だけではなく、履修をより組み合わせた横断的で系統的、かつ、これまで以上により専門性の高いものにしなければならない。このような新しいマーケティング概念、デザイン思考、サービスドミナントロジックといった最新のアプローチやそれにデジタルを組み合わせたマーケティング手法が社会で求められており、より高度化するニーズを満たすために専攻から学科に発展させるものである。

なお、マーケティング・デザイン学科の入学定員 130 人については、既設の経営学部経

営コミュニケーション学科 260 名のうち、既設の経営コミュニケーション学科 130 名、マーケティング・デザイン学科 130 名とし、経営学部の入学定員 260 名は変更しない。

#### 4. 教育研究上の目的・達成する人材像および中心的な学問分野

##### (1) 経営学部

経営学部では、建学の精神である『自立と共生』の理念をよく理解し、校訓である「誠実」「勤勉」「仁愛」を実現する等の大学のディプロマ・ポリシーを踏まえたうえで、幅広い教養と経営学や各専門分野の理論と実際を修得するとともに、卒業後も自律・自立して学習できる人材を育成することを目的としており、以下の能力を身に付けた者に「学士（経営学）」の学位を授与する方針である。

- 1) 経営学や各専門分野における基礎から発展的な知識・技能まで体系的に理解し、具体的に身に付け、実際の経営活動へ応用できる。
- 2) 洞察、観察、共感、分析、実践を通じて、時代の変化をいち早く、常に把握する力を身につけると同時に、情報や知識を論理的・統合的・批判的に分析できる。
- 3) 自らの課題を設定し、解決に必要な情報を収集・分析・整理でき、常に失敗を恐れずに解決困難な課題に対しても挑戦するマインドを持つことができる。
- 4) グローバル社会で、多様な他者に対する想像力を持ち、他者と協調・協働して行動できる。また、自らの考えを対話し、共有し、目標実現のために他者に働きかけることができるコミュニケーション能力がある。
- 5) 自然界の制約や人間の本質、社会正義を理解し、社会の一員として、良き社会の発展のために貢献する意識を身につけている。

##### (2) マーケティング・デザイン学科

マーケティング・デザイン学科では、本学が持っているデザインという独自の強みをより強化し、「マーケティング」、「コンテンツ・デザイン」、「デジタル」の3つのエリアを融合させ、新しいビジネスモデルや革新的なサービスを創出するといった新しい社会のニーズに応えられる、新しいデジタル経済の担い手となるような人材を育成する。学位を授与するにあたり、学生が修得すべき知識や能力について、以下5つを習得させることを目的とする。

- 1) 市場の現象を量的・質的データで把握し、分析し、論理的文章や視覚化などを用いて適

切に表現できるスキルを身につけている。(共通)

- 2) デザイン思考を用い、トライ&エラーを繰り返しながら新しいものやサービスを創造し、活用できる力を身につけている。(共通)
- 3) 統計や情報の基礎力を身に付け、分析ソフトやプログラムを用いてデータを的確に解析でき、解析結果を意思決定に活かして、付加価値を生み出すことができる。(デジタル)
- 4) マーケティングの基礎理論や基本枠組みを体系的に理解し、これを有効活用することができる。(マーケティング)
- 5) コンテンツを構想し、プランニングし、デザインを用いて Web サイトや SNS 等を制作、伝達・発信する新しいマーケティング手法を身につける。(コンテンツ・デザイン)

### (3) 教育課程の編成・実施の方針

ディプロマ・ポリシーを達成するために、以下のカリキュラム・ポリシー（教育課程の編成・実施の方針）に基づき、科目を配置し、学部や学科のディプロマ・ポリシーに対応した力がどの科目で身につくかをカリキュラムマップ【資料1】で明示する。

資料1「カリキュラムマップ」

- 1) 「マーケティング」、「デザイン」、「デジタル」の3つのエリアを融合させ、新しいビジネスモデルや革新的なサービスを創出するといった新しい社会のニーズに応える科目群を配置している。
- 2) 学生が主体的な学びができるよう、幅広い教養から専門的で高度な知識まで学べる科目群を体系的に配置している。
- 3) 今後、新しいビジネスパーソンに求められる、デジタルやデザインのスキル科目、およびマーケティングの調査・分析の科目を基礎から専門まで配置している。
- 4) 企業や社会と協働し、多様な人たちと共に学ぶことで、実践力と多様な価値観を身につけると同時に、多様な形で、社会からフィードバックを受ける教育を重視する。

また、上記の「教育課程編成の考え方」を実現するために、以下の4つの教育方法を実施する。

- 1) 学生が能動的にかかわる「アクティブ・ラーニング」や実習により学生が主体的に学べる教育

- 2) 学生が社会に順応し、実践力を身につけるため、企業や、団体、自治体など学外の他者との連携を強化した、より実践的で経験を重視するフィールドワークを充実させる。
- 3) デザイン思考を用い、トライ&エラーを繰り返しながら新しいものやサービスを創造し、活用できる力を実践的に身につけられるカリキュラムの設定

これらの知識・能力を身につけた学生の卒業後は以下のような進路が考えられる。

#### 1) マーケター

企業や非営利組織の企画、営業、コンサルタント部門でのマーケティング戦略の策定や広告、PRなどのコミュニケーションの担当

#### 2) 商品企画・マーチャンダイザー

メーカーや小売業、サービス業で商品やサービスの開発およびマネジメントを担当

#### 3) データアナリスト

マーケティング部門、営業部門、人事部門等でデータ分析の結果に基づき意思決定する

#### 4) プロジェクトマネージャー

システム開発の現場で、開発プロジェクトや開発チームを統括する

#### 5) コンテンツプロデューサー・ディレクター

コンテンツ商品（映像・ライブエンターテイメント・ネットコンテンツ等）のプロデューサー・ディレクター、マーケター、映像・アニメーション制作会社の制作進行・プロダクションマネージャー

### (4) 組織として研究対象とする中心的な学問分野

マーケティング・デザイン学科の中心的な学問分野は「経営学分野」であるが、近年、社会から求められることやビジネスの仕組みは大きく変化している。マーケティング・デザイン学科では、「サービス学」の分野もその中心的な学問分野と位置付ける。具体的には以下の通りである。

- 1) マーケティング、サービス・マーケティング、流通、商品開発、プロモーション論など市場や顧客の価値を創造し、顧客に価値を伝達するマーケティング分野
- 2) AI やプログラミング、データ分析など情報の処理や活用に関する経営情報分野
- 3) コンテンツやデザイン制作、それらのマネジメントに関する分野

## 【2】学部・学科等の特色

マーケティング・デザイン学科では、中心的な学問分野を「経営学分野」とする。経営学は、営利・非営利のあらゆる「継続的事業体」における組織活動の企画・運営に関する科学的知識の体系である。経営学は、従来では社会科学の一分野として位置づけられていたが、今日では自然科学の成果も活用した総合科学としての性格が強まっている<sup>1)</sup>。AI やIoT、ブロックチェーンなどの革新的なデジタル技術が進展し、それらが膨大かつ多種多様なデータの収集・分析を可能にしたことで、社会やビジネスのあり方が大きく変わってきた。

経営学を学んだ学生が身に付ける専門的能力としては、たとえば、組織をマネジメントし、資金の流れを把握し、その活動結果を貨幣的に測定することができることや、顧客のニーズを把握し、求められる商品を開発することができるなどの諸能力が挙げられてきた。しかし、それだけではない。前述したように、今後は社会で必須とされる数理・データサイエンス・AIの基礎的知識・スキルを身につけ、データサイエンスの素養を身につけることができる教育を体系的に行う必要がある。

経営学部は、これまで経営コミュニケーション学科の1学科二専攻（マネジメント専攻およびマーケティング・デザイン専攻）で構成してきた。しかし、上述したように、経営学が取り扱う範囲も社会に求められるニーズも大きく変化してきた。マネジメント専攻もマーケティング・デザイン専攻もこれまで以上により専門的で深化した内容が求められている。そのため、新設するマーケティング・デザイン学科だけでなく、既設の経営コミュニケーション学科に関しても同様にカリキュラムを見直し、組織全体として新たに社会に対応できる人材の育成を目指す。

新設するマーケティング・デザイン学科では、他大学の経営学部にはない、コンテンツ・デザインという本学独自の強みをより強化し、「マーケティング」、「コンテンツ・デザイン」、「デジタル」の3つのエリアを融合させて、新しいビジネスモデルや革新的なサービスを創出し、新しい社会のニーズに応えられる、デジタル経済の担い手となるような人材を育成する。

テクノロジーにより、ビジネスのあり方そのものが変化し、社会ではこのような変化に素早く対応できる「人材」の育成が求められているが、一方で、教育を受ける側も接続性の時代になってから劇的な変化が起きている。今では、マスメディアよりも「ツイッター」の市民ジャーナリストのニュースの方が早く広く伝播するし、何か情報を探索するときは

真っ先に「インスタグラム」をチェックする。

SNS 上では、単に意見を求めるだけでなく、互いに積極的につながって、質問し、推奨する関係を築いている。ブランドについて会話をするときも、企業の広告よりも見知らぬ SNS 上の友人を信頼する傾向がある。メディアは、テレビよりもユーザー生成の YouTube が多く見られ、ここ数年子供たちのなりたい職業の一位はユーチューバーである。

このように、マーケティングもこれまでのマネジリアル・マーケティングでは消費者の行動や心理を捉えきれない。新しいデジタル・マーケティングが重要となっており、新たな教育が必要となっている。

今後このようなデジタルネイティブともいえる学生たちを、デジタル経済の担い手として育成・成長させるためには、現在の情報、IT、マーケティング、コンテンツといった縦割りの教育だけではなく、履修をより組み合わせた系統的なものにしなければならない。例えば、コンテンツマーケティングは、制作、編集、配信、拡散することを伴うマーケティング手法である。現在はほとんどの企業が自社で何らかのコンテンツマーケティングを行っている。その際、近年、企業の大小に関わらず、社内で簡単な制作を行いオウンドメディアで配信するケースが多くなってきた。営業マンであっても営業ツールとしての見やすい資料作りや動画作成、写真などの加工技術が求められており、その傾向は新型コロナウイルス感染拡大を契機としたオンライン会議の利用促進でより加速された。

そのためには、上述した数理・データサイエンス・AI の基礎的知識やスキルの修得はもちろんのこと、IT やプログラミング、マーケティング、デザインの力を結集する必要がある。コンテンツを構想し、プランニングし、インフォグラフィックスやデザインを用いて、プレゼン用スライド、動画など視覚的な形式でニューズレターや報告書、資料、ウェブサイト、ブログ、SNS などを制作でき、発信できるようなカリキュラムが必要となる。例えば、現在、動画は誰でも個人の楽しみとして簡単に作れるようになった。しかし、「伝えたいことをどう伝えるか」という構成力や演出力、取材対象から本質や魅力を引き出す力、高いクオリティの担保こそがビジネスで活用するためには必要であり、そうした力を育成している大学はない。本学を卒業した学生は、現代のビジネスの現場で通用する知識や技術を持ち、新しい時代のビジネスパーソンとなることができる。

以上のことより、マーケティング・デザイン学科が担う機能と特色としては、中央審議会答申「我が国の高等教育の将来像」の提言する「高等教育の多様な機能と個性・特色の明確化」を踏まえて、経営学分野における教育・研究を通して、「幅広い職業人養成」の機能



を重点的に担うことによる特色の明確化を図ることとする。

---

<sup>1</sup> 日本学術会議、「大学教育の分野別質保証のための教育課程編成上の参照基準経営学分野」(2012)より

### 【3】学部・学科等の名称及び学位の名称

マーケティング・デザイン学科では、中心的な学問分野を「経営学分野」とし、経営学を構成している学問領域に関する教育研究を通して、広く社会に貢献することを目的として、「マーケティング」、「コンテンツ・デザイン」、「デジタル」の3つのエリアを融合させ、新しいビジネスモデルや革新的なサービスを創出するといった新しい社会のニーズに応えられる、新しいデジタル経済の担い手となるような人材を育成する」としている。

このような、マーケティング・デザイン学科が組織として教育研究対象とする中心的な学問分野とマーケティング・デザイン学科において養成する人材などについて、社会や受験生にわかりやすい名称とするために、学科名称を「マーケティング・デザイン学科」、学位を「学士（経営学）」とすることとし、英語名称については、国際的な通用性を踏まえたうえで、学科の英語名称を「Department of Marketing and Design」、学位の英訳名称を「B.A in Business Administration」とした。

#### 学科の名称

マーケティング・デザイン学科 「Department of Marketing and Design」

#### 学位の名称

学士（経営学） 「B.A in Business Administration」

### 【4】教育課程編成の考え方及び特色

#### 1. 教育課程の編成方針

マーケティング・デザイン学科では、教育研究上の目的および養成する人材の目的を達成するために、教育課程を「大学特別科目」、「教養科目」、「外国語科目」、「専門科目」の4つの科目群から構成する。教育課程全体の体系的・順次性を重視し編成している。幅広

く深い教養と総合的判断力を培い、豊かな人間性を育成し、その上で深い専門性を磨いていくよう、教養科目と専門科目の連携を図っている。

「大学特別科目」、「教養科目」、「外国語科目」では、中央審議会答申で指摘されている教養教育の重要性や意義を踏まえるとともに、豊かな教養を身につけ、自立した人間として共生社会の実現に寄与することのできる資質と能力を備えた職業人の育成を目的に、それに対応する科目群から編成している。

これらの科目群のうち、全学共通科目である「大学特別科目」は、例えば、「人間共生論」は初年次に担当し、全ての入学者に建学の精神である「自立と共生」を涵養している。この授業では、「B's STORY ここからはじまる」というオリジナルのテキストを使って、本学の創立からの歴史やコンセプトを学んでいる。他にもデータサイエンスや本学独自のグローバル・プログラム、地球環境論などは、自然界の制約や人間の本質、社会正義を理解し、社会の一員として、良き社会の発展のために貢献する意識を身につけることを目的として学んでいる。「教養科目」及び「外国語科目」は、専門科目の領域を超えた広い領域の知識・技能を学び、グローバル社会で、多様な他者に対する想像力を持ち、他者と協調・協働して行動でき、自らの考えを対話し、共有し、目標実現のために他者に働きかけることができるコミュニケーション能力を身につけることを目標としている。これまで「教養科目」は、ほぼ1年次に担当していたが、新カリキュラムでは、社会との関りの深さに合わせて、必要な科目を2年、3年次に担当した。

「専門科目」では基礎・基本を重視し、学科に関係なく経営学部全体で学ぶべき基本科目としての「学部共通科目」、学科共通の「基礎専門科目」と3年次からの専門ゼミの学びを意識した「発展専門科目」で構成し、加えてより実践的で経験を重視するフィールドワークやキャリア科目から構成される。

履修に関する順序や科目の体系については、カリキュラムマップ【資料1】やナンバリング【資料2】で明示している。カリキュラムマップにより教育課程全体として体系的編成、各科目相互の有機的な関連性、履修の順次性を明示している。また、目的・内容に応じて、授業形態を講義、演習、実習科目に分類している。

資料1「カリキュラムマップ」

資料2「ナンバリング」

## 2. 学位授与の方針を踏まえた教育課程の編成・実施の方針

マーケティング・デザイン学科では、本学が持っているデザインという独自の強みをより強化し、「マーケティング」、「コンテンツ・デザイン」、「デジタル」の3つのエリアを融合させ、新しいビジネスモデルや革新的なサービスを創出するといった新しい社会のニーズに応えられる、デジタル経済の担い手となるような人材を育成する。

また、マーケティング・デザイン学科では、養成する人材を踏まえて、学位を授与するにあたり、学生が修得すべき知識や能力について、以下の通り定めている。

- 1) 市場の現象を量的・質的データで把握し、分析し、論理的文章やビジュアルを用いて適切に表現できるスキルを身につける。
- 2) デザイン思考を用い、トライ&エラーを繰り返しながら新しいものやサービスを創造し、活用できる力を身につける。
- 3) 統計や情報の基礎力を身に付け、分析ソフトやプログラムを用いてデータを的確に解析でき、解析結果を意思決定に活かして、付加価値を生み出すことができる。
- 4) マーケティングの基礎理論や基本枠組みを体系的に理解し、これを有効活用することができる。
- 5) コンテンツを構想し、プランニングし、デザインを用いて Web サイトや SNS 等を制作、伝達・発信する新しいマーケティング手法を身につける。

以上のディプロマ・ポリシー達成のために、教育課程の編成・実施の方針（カリキュラムポリシー）を次のとおり定める。

### (1) 学位授与の方針を踏まえた教育課程の方針

- 1) 「マーケティング」、「デザイン」、「デジタル」の3つのエリアを融合させ、新しいビジネスモデルや革新的なサービスを創出するといった新しい社会のニーズに応える科目群を配置している。
- 2) 学生が主体的な学びができるよう、幅広い教養から専門的で高度な知識まで学べる科目群を体系的に配置している。
- 3) 今後、新しいビジネスパーソンに求められる、デジタルやデザインのスキル科目、およびマーケティングの調査・分析の科目を基礎から専門まで配置している。
- 4) 企業や社会と協働し、多様な人たちと共に学ぶことで、実践力と多様な価値観を身につけると同時に、多様な形で、社会からフィードバックを受ける教育を重視する。

## (2) 教育の方法

上記の「教育課程編成の考え方」を実現するために、以下の3つの教育方法を実施する。

- 1) 学生が能動的にかかわる「アクティブ・ラーニング」や実習により学生が主体的に学べる教育。
- 2) 学生が社会に順応し、実践力を身につけるため、企業や、団体、自治体など学外の他者との連携を強化した、より実践的で経験を重視するフィールドワークを充実させる。
- 3) デザイン思考を用い、トライ&エラーを繰り返しながら新しいものやサービスを創造し、活用できる力を実践的に身につけられるカリキュラムの設定。

## (3) 評価の方法

学修成果の評価は、各科目のシラバスに記載されている多面的な評価方法により単位を認定する。所定の単位を修得し、ディプロマ・ポリシーに示された力の達成により卒業評価をする。

## 3. 各科目群の設定理由

### (1) 大学特別科目

大学特別科目は、学部を問わず、すべての学生が学べる全学共通の科目である。必修の「人間共生論」は、初年次に担当し、オリジナルのテキストを用いて、本学の創立からの歴史や本学創設者の生き方を通して、人権の思想や倫理の諸問題を学び、全ての入学者に建学の精神である「自立と共生」の理念をよく理解してもらう内容となっている。他にも現代社会の課題に応じての学びを配置しており、自然界の制約や人間の本質、社会正義を理解し、社会の一員として、良き社会の発展のために貢献する意識を身につけることを目的としている。7科目を配置し、そのうち必修2単位を取得する必要がある。

### (2) 教養科目（大学特別科目を含む）

教養科目は、開講科目数としては32科目と多くはないものの、DPにあるように幅広い教養が身に付くよう、人文科学、社会科学、自然科学から多様な分野の教養科目を配置した。また、在学4年間を通じて教養を学修できるように担当学年も1年次から3年次まで分散させている。留学生の学修に配慮して、1年次担当として「日本語表現法応用」を開講する。学生は32科目のうち、必修2単位、選択8単位の10単位取得を卒業要件として

いる。

### (3) 語学科目

外国語科目は、英語、韓国・朝鮮語、フランス語、中国語、スペイン語を配置した選択科目を配置している。英語科目はコミュニケーション系科目、一般英語科目、英語検定試験系科目から構成され、英語技能4要素が効果的に学修できるように構成される。学生は34科目のうち、必修6単位選択6単位の12単位取得を卒業要件としている。

留学生科目は、留学生の学修に考慮して、日本語科目12科目を開講し、この中には「日本語論文指導」も含まれる。

### (4) 専門科目

専門科目は、「学部共通科目」、学科専門科目の「専門科目（基礎・基幹）」、「専門科目（発展）」から構成される。「専門科目（発展）」には、マーケティング、デジタル、コンテンツ・デザインの科目群、およびフィールドワーク科目群と演習からなる。

4年間の体系的な科目履修を通して、知識や技術を身につけることができる。1年生の科目を中心とした学部共通科目から、基礎、基幹、発展となるように教育課程を編成している。

#### 1) 学部共通科目

「学部共通科目」は、マーケティング・デザイン学科の科目のみならず、経営学部で学ぶ学生なら誰もが学ばなければならない科目群である。経営学部の根幹を成す学問領域である、経営、会計、経済、マーケティング、情報、統計、視覚表現の基礎的な知識を習得する科目群である。23科目を配置し、そのうち必修18単位、選択14単位の計32単位を取得する必要がある

#### 2) 学科専門（基礎・基幹）科目

「基礎・基幹科目」は、マーケティング・デザイン学科の基本的かつ中心的な学問分野である。1年次、2年次に担当し、学科でどの分野を専門とするのかに限らず、マーケティング・デザイン学科の学びとして基本的でコアな科目を配置し、発展科目につなげるようにした。「マーケティング」、「デジタル」、「コンテンツ・デザイン」の3つの領域で構成し、

「学部共通科目」の基本的な科目を理解したうえで、「発展科目」を履修する際の、各学問領域の基礎となる理論を習得する科目として、9科目18単位を配置し、そのうち8単位を卒業までに必要単位として設定している。

### 3) 学科専門（発展）科目

「学科専門（発展）科目」は、「マーケティング」、「デジタル」、「コンテンツ・デザイン」の3つの分野、およびフィールドワーク、演習からなり、42科目126単位で構成される。マーケティング・デザイン学科の学びの特徴は、「マーケティング」、「デジタル」、「コンテンツ・デザイン」の3つの学問領域の融合であるが、3年次からはより専門的に学ぶために、「マーケティング」12科目32単位、「デジタル」10科目22単位、「コンテンツ・デザイン」11科目26単位の「専門（発展）科目」から自身のゼミナールの分野を系統的に履修する。また、学生の興味・関心に応じた「専門科目」を幅広く選択できるようにするため、各分野から必ず1科目は選択しなければならない。

「学科専門（発展）科目」にはフィールドワーク科目も含まれる。このフィールドワーク科目は、数週間から数か月に及ぶ就業体験や、時間をかけて取り組む実践活動により、実社会で必要とされる思考力や実践力を養うものである。1年次のPBLから発展させて、より学生が主体的に取り組む高度な社会課題の解決を目指したものや、企業との産学連携の取り組みなど、より実学を重視した内容となっている。

また、「演習科目」も「学科専門（発展）科目」に含まれる。1年次の「初年次ラボ」と呼ばれる通年の初年次教育+課題解決型PBLの科目を配当し、大学への適応（友達づくり、タイムマネジメント、スタディスキルズなど）に加え、問題解決スキルの修得を目的としている。経営学部で学ぶ楽しさや意義が最初から感じられるよう高校の探求型学習の継続を意識した実践的なカリキュラムとし、4年間の学びのイメージができるようになっている。将来の大学での経験の全容を早めに見せ、何を勉強しないといけないのかを気づかせることも狙いの一つである。2年次には、通年の「基礎演習」があり、6人の先生のゼミナールを受講する。目的は一人ではなく、多くの先生と接し、多様なフォローをしてもらうことが可能となることである。学科の学びの特徴も掴むことができ、専門演習に向けての準備ができる。いずれも必修科目であり、2科目8単位である。1クラス10-13人程度の少人数クラスを想定している（カリキュラムとしては学部共通科目として配置）。

次に「専門演習（3年生）」だが、各分野の専門的な理論・技法を学ぶ。それぞれのゼミ

ナールで詳細は異なるが、専門書の輪読、各分野テーマに基づく研究報告、討論、作品制作などが中心的な活動となる。このような活動を通じて、参考文献の調べ方、論文の書き方、発表の仕方、ディベートのやり方、制作計画の立て方、制作技法・表現技法などを学んでいく。単に受動的に知識を覚えるのではなく、「読む・書く・作る・表現する」ことの訓練を通じて、問題発見力・思考力・判断力・説得力・表現力などを養うことを主眼としている。

「専門演習（卒業研究）」では、マーケティング・デザイン学科の各分野の専門的な理論・技法についてのこれまでの学びを基に、各分野テーマに基づく卒業論文・卒業制作を行う。問いを立てる力、その問いへの考察を持続する力と論理的に表現するアカデミックライティングスキルの発展的習得を目指す。大学での学修の集大成として、各自でテーマ、題材、モチーフ等を決定し、執筆計画、制作計画等の立案、アウトライン・絵コンテ・制作素案などの準備、最終的な論文執筆および作品制作をゼミの担当教員による指導のもと行っていく。それぞれ選択科目ではあるが4単位、6単位配置している。

以上、「学科専門（発展）科目」は、39科目を配置し、卒業までに56単位を修得する必要がある。

#### 4) その他

その他、「キャリア科目」と「海外留学科目」を設置している。「キャリア科目」は、5科目からなり、そのうち必修2単位、計6単位の修得が必要である。

経営学部のもう一つの学科である、経営コミュニケーション学科や他学部で開講され、履修可能な科目、また、彩の国大学コンソーシアム単位互換協定締結校、埼玉東城地域大学教育プラットフォーム（TJUP）、東洋大学（経営学部）、名桜大学、東洋学園大学および放送大学で開講している科目を履修可能である。ただし、学年や授業科目で制限がある。他学科、他学部、他大学の科目履修は30単位を上限とする。

### 【5】教育方法、履修指導方法及び卒業要件

#### 1. 教育方法

##### (1) 授業の方法

科目の教育内容と到達目標の達成に必要な可能な限り最適な授業形態を採ることとしている。双方向型の授業が相応しい場合は、講義形式でもそれを取り入れる。PCなど

機器の実際の操作が学習に必要な場合は PC 教室で授業を実施する。演習科目は学生の発表の機会を多くするなどの授業形態を採る。また、反復学習が効果的な授業では、学内 LMS を活用した教材のオンデマンド配信なども併せて活用する。

## (2) 学生数の設定

科目の授業形態に即して、教育内容と到達目標を効果的に達成するために、講義形式は概ね 84 名を目安に最大でも 200 名程度とする。語学科目は概ね 30 名を目安に最大でも 50 名程度とする。演習形式は概ね 15 名を目安に最大でも 40 名程度とする。PC など機材を使用する科目は学生の学習環境を考慮して学生数の一定の制限を設ける。

## (3) 配当年次

専門科目は、基礎から基幹と体系的な学習に発展すると同時に知識、技能、応用と授業内容と科目間の関係や履修順序を留意している。専門以外の例えば教養的な科目は、1 年から 4 年まで継続して学生が学習する事を留意している。4 年間の履修計画を学生が設計できるように、特定の学年や学期に偏った履修登録を行わないように配慮した科目配当としている。

## (4) 履修科目の登録上限

単位制度の実質化の観点から、学生の主体的な学習を促し、教室における学びと教室外の学びを合わせた授業を展開することにより学習効果を高めるため、1 学年あたりの履修科目の登録の上限を 49 単位としている。

## (5) 厳格なる成績評価

卒業時における学生の質を確保する観点から、予め学生に対して各科目における学習目標、到達目標、授業計画を明示すると同時に成績評価基準を提示し、これに基づき厳格な評価を行う。客観性の観点から科目毎に成績配分の基準を設定して、成績分布が偏らないようにする。また、GPA と取得単位数による進級制度を活用する。

## 2. 履修指導方法

年度初めに学年別の履修ガイダンスを実施するが、特に 1 年生にはガイダンス以外に



個別相談の中で学生の進路希望、適性や能力に応じて専任教員が履修科目を助言し、時間割作成までサポートする体制を採っている。履修科目や授業に関する学生からの相談に対応するため、全専任教員がオフィスアワーを設けて、履修登録時期だけでなく通年にわたってきめ細やかな履修指導を行う体制を整えている。また、専門科目の履修では、2年次の演習で最低6名の専任教員の演習指導を受ける中で、専門分野の選択を考える契機となるように制度設計している。さらに、3年次より始まる専門演習の中で、学生の卒業論文・卒業制作に必要な専門科目の学習の必要性を演習指導に併せて行う実質的な専門科目履修指導となっている。【資料3】

資料3「履修モデル」

### 3. 卒業要件

#### (1) 卒業要件

卒業要件は、学部で4年以上在学し、体系的な授業科目の履修により、124単位以上を修得することとする。卒業単位数124単位には、「教養科目群」から必修科目2単位選択科目8単位以上、「語学科目群」から必修科目6単位、選択科目6単位以上、「キャリア科目群」より必修科目2単位、選択科目4単位以上を習得する。専門科目は「学部共通科目群」より必修科目18単位、選択科目14単位以上、「学科専門科目（基礎・基幹）群」より選択科目4科目以上8単位以上、「学科専門科目（発展）群」より「専門演習」を含む選択科目56単位以上（「マーケティング」「デジタル」「コンテンツ・デザイン」の区分より最低1科目取得）を修得するものとする。3年次に「専門演習」4単位を履修してゼミナールに所属する学生は、4年次には「専門演習（卒業研究）」6単位を継続して履修するものとする。

「専門演習（卒業研究）」では、1年間で指導教授の元で研究テーマや卒業制作テーマにそった指導を受けながら、卒業論文ないしは卒業制作を提出することを成績付与の必須条件とするため通年で6単位となっている。「専門演習」を履修しない学生は「キャリアメンタリング演習」を履修するものとする。

なお、本学大学院に進学する学生を対象に3年在籍での卒業を認める。2年次から3年次への進級に際し、卒業要件単位を42単位以上修得していることを、進級条件として設定している。

## **(2) 海外インターンシップ**

海外での単なる就業経験ではなく、事前に学生が課題を設定し、海外の受入先企業や組織で課題の分析と考察を行う事を目的としてフィールドワーク科目とする。受入先からの実習時間や実習成果に関する情報を元に、科目担当者がフィールドワーク科目群から2単位、最大で18単位の認定を行う。海外インターンシップに参加する学生は、その語学スキルに応じて留学プログラムの参加が求められる。

## **(3) 海外フィールドワーク**

海外フィールドワークに参加する学生は、国際経営や流通など特定の分野で、事前に課題を設定し、海外の研修先で視察や聴き取り調査を行ない、課題の分析と考察を行う。フィールドワークは夏期・春期の休暇中に担当教員が帯同して海外においても細かな学習指導を行う。フィールドワーク終了後は課題分析結果をレポートにまとめフィールドワーク科目群から「フィールドスタディ」、「フィールドワーク」の単位認定を行う。

## **(4) 海外語学研修**

学生は、大学の国際交流協定大学等と実施している「交換留学」の他に、「長期語学留学」「短期語学留学」に参加することができる。前者は1学期間、後者は夏期・春期の休暇中に語学能力と異文化理解力を向上させる機会が提供される。派遣期間が1学期の研修プログラムについては、留学先での授業時間と学習成果を元に「海外 Semester 語学研修」として最大12単位を申請に基づき認定される。夏期・春期休暇中に実施する「短期語学留学」については、「海外語学研修」として2単位が認定される。

## **(5) 単位互換制度**

東洋大学、東洋学園大学との単位互換協定に基づいて当該大学で修得した科目については、30単位を限度に卒業単位として認定を行う。ただし、30単位にはフィールドワーク科目や留学科目も含まれる。

## **(6) 留学生への履修指導**

留学生の入学に一定水準の日本語レベルを入学要件にしているために、基本的には他の学生と同様な履修手続きで進めることになるが、履修登録や履修計画の徹底を図るために

入学時、編入学時に留学生向けの履修ガイダンスを実施する。必要に応じて、国際交流室の多言語対応のスタッフが適切に翻訳して伝達し、留学生の疑問に応える体制になっている。

入学後の履修指導や生活指導は一元的に国際交流室が窓口となり、適時、教務グループと連携をとって実施する。

## **【6】多様なメディアを高度に利用して、授業を教室以外の場所で履修させる場合の具体的計画**

「大学設置基準」第 25 条第 2 項の方法による授業については、学則の中で修得単位は 60 単位を超えない範囲で卒業に必要な単位とすることができると定めている。経営学部マーケティング・デザイン学科で設置する科目については、これに該当しない授業形態としているが、一部の授業回において多様なメディアを高度に利用して教室以外の場所（遠隔授業）で履修させる場合がある。

経営学部では、学修効率の向上、外部環境の変化、学生のニーズの多様化などに対応するため、ICT 機器を活用した多様なメディアを高度に利用して、授業・授業の補完・学修支援などを行う。教員と学生の双方に対しては、以下のようなサポートを実施する。

### **1. 教員へのサポート**

#### **(1) 同時双方向型授業**

教員が同時双方向型授業を実施するため、以下に列举する様々なサポートを実施する。LMS（学習管理システム：Learning Management System）として、Teams、Zoom、Moodle などのアカウントを教員に付与する。また、教員に対し利用方法を教示するため、研修会の開催、利用方法の動画の用意、マニュアルの用意などを行う。LMS を活用することにより、同時双方向型授業が展開でき、課題の出題や提出、フィードバックの実施、質問の機会の確保を行うことができる。また、授業動画はテロップ（字幕）が自動的に付されるため、聴覚障害のある学生に対しても配慮したシステムとなっている。

ハイフレックス授業（対面授業と同時双方向型授業の併用）を実施する場合のサポートとしては、ホワイトボードに書いた内容をオンラインで伝達するためのシステムを複数台用意し、貸し出す。

同時双方向型授業やハイフレックス授業については、授業内容を録画しオンデマンドで視聴できるようにすることを、教員に任意で依頼する。これは、学生が復習の際、随時何度でも繰り返し視聴できるようにするためである。

## (2) オンデマンド型授業

教員がオンデマンド型授業を実施する際は、上記 LMS を活用することにより、授業動画の蓄積・配信を行う。また、設問回答、添削指導、質疑応答等による十分な指導を行う。遠隔授業受講サイトを設け、実施場所、方法を教職員、学生で認識共有している。

URL : <https://www.rc.bgu.ac.jp/>

## 2. 学生へのサポート

経営学部では学生に対して、円滑にメディア授業を受講できるようにするため、以下に列挙するサポートを実施する。

- 1)多くの学生は、自宅に高速のネットワーク環境を整えているが、未整備の者に対して、モバイルルータを貸し出す。
- 2)スマホなど小さな画面での授業の視聴は、画面上の文字が小さすぎて認識できない場合がある。大画面の PC 等を所有していない学生に対してはノート PC を貸し出す。

## 【7】編入学定員を設定する場合の具体的計画

(本学科については、編入学定員を設定せずに定員の範囲内で編入学を認めている場合に該当)

経営学部マーケティング・デザイン学科では、編入学定員を設定せずに定員の範囲内で一部編入学を認めている。一般編入選抜は、書類審査(志願理由書)、小論文、面接によって選抜する。

### (1) 既修得単位の認定方法

大学、短期大学、専門学校で取得した単位について、本学科開講科目に照合して、62 単位を上限に単位認定を行う。入学を許可された編入学生は、最終出身校の成績証明書・単位取得証明書、ならびに取得単位科目のシラバスを提出する。教務委員会は提出された資料とカリキュラムを照合し個別に単位認定案を作成し、最終的に教授会で審議し単位認定を行う。

## (2) 履修指導方法

編入学の学生に関しては、単位認定の状況によっては、1 学年で取得できる単位の上  
限（49 単位）まで履修をする場合があるため、無理のない範囲で履修できるよう教務委  
員会が適切に指導を行う。また、基礎から応用、講義から演習・実習へと学習を進めて  
いくため、3 年次への編入学でも卒業まで 3 年以上かかることがある。

## (3) 教育上の配慮

編入学生が希望する卒業までの期間、身につけたい能力、学修したい専門領域等を総  
合的に考慮し、学生自身の希望を確認したうえでゼミナールへの入室を勧める。入室後  
はゼミナールの指導教員と都度相談しながら、卒業までの履修計画を立てる。

## (4) 受入れの予定人数

一般編入学として受け入れる学生は、当該学年（編入学年は 3 年次）の在籍数を鑑み  
て若干名とするため、入学定員に影響はなく、現状の専任教員、校地・校舎での教育に  
おいても支障はない。

## 【8】企業実習（インターンシップ）を実施する場合の具体的計画

経営学部では、実践に根ざした経営教育のオピニオン・リーダーとして、理論と実践の  
両面から学生の判断力、創造力、行動力を涵養し、社会貢献のできる人物を育成するこ  
とを目的としている。その一環として行われるのがインターンシップである。

### 1. 実習先の確保の状況

経営学部では下記の基準にあった企業でインターンシップを実施する。【資料 4】

- 1) 社会活動・社会貢献を積極的に行う企業理念を持っている企業
- 2) 明瞭な経営方針を持ち、学生のインターンシップに有益であること。
- 3) 業務分野・職種が学生のインターンシップに適していること。
- 4) 地理的に学生の通える範囲内にインターンシップ場所があること。

上記基準を満たしたインターンシップ先の企業（以下「実習先」という）については別  
紙を参照のこと。

資料 4 「インターンシップ先企業のリスト」

## 2. 実習先との連携体制

実習先ごとに担当教員を1名配置する。実習先で実習を行う学生（以下「実習生」という）は、事前に社会人としてのマナーやSNS利用の注意、感染予防の徹底などの指導を担当教員またはキャリアセンターから受ける。実習中は実習先と実習生と担当教員とキャリアセンターは連絡体制を確立し、トラブル等が発生した場合は随時連絡をとる。また、必要に応じ、担当教員は実習先を訪問し、実習生の状況把握等に努める。経営学部は実習先との間では協定書を締結し、インターンシップの実施に関して必要な事項を事前に定める。

## 3. 成績評価体制及び単位認定方法

実習先は、インターンシップの内容の確認と、実習生が受講したことを証明する成績評価表に記入し経営学部へ提出する。インターンシップを60時間以上行い、かつ、インターンシップ報告書・インターンシップ日誌・インターンシップ単位申請書を提出し、単位を認定された実習生は、2単位を認定される。成績評価にあたっては、上記の成績評価表をベースに、インターンシップ報告書、インターンシップ日誌の内容と、事後に実施されるインターンシップ参加・検討会のパフォーマンスを総合的に勘案する。

## 4. その他特記事項

実習生は学生教育研究災害傷害保険及び学研災付帯賠償責任保険に加入し、実習中の不慮の事故等に備える体制を取っている。

### 【9】取得可能な資格

本学部開講科目において学修内容が、各資格と直接的に結びついているか、該当資格習得程度の知識や技術の習得を授業目的としている科目および関連資格は下記の通りである。

資格	科目名	民間・国家 資格の別	履修による資格取得 受験資格取得の別
ITパスポート	情報検定	国家	なし
日商簿記検定3級	簿記原理（基礎）	民間	なし
	簿記原理（発展）		なし

日商簿記検定 3 級	簿記実践	民間	なし
日商簿記検定 2 級	上級簿記	民間	なし
	工業簿記		なし
日商簿記検定 1 級	会計学（基礎）	民間	なし
	会計学（発展）		なし
	工業簿記		なし
Toeic400 点以上 英検準 2 級 TOEFL44 点以上 (iBT)	Global Communicative English- I A	民間	なし
	Global Communicative English- I B		なし
	TOEIC- I A		なし
	TOEIC- I B		なし
Toeic600 点以上 英検準 1 級 TOEFL61 点以上 (iBT)	Global Communicative English- I A	民間	なし
	Global Communicative English- I B		なし
	TOEIC- I A		なし
	TOEIC- I B		なし
	Global Communicative English- II A		なし
	Global Communicative English- II B		なし
	TOEIC- II A		なし
	TOEIC- II B		なし

学内関連機関で開講されている資格取得講座のうち、在学生を対象としたものは下記の通りである。

資格	講座実施機関	民間・国家 資格の別	資格取得 受験資格取得の別
公務員講座	キャリアセンター	国家・地方	なし
秘書検定 2 級	生涯学習センター	民間	なし
宅地建物取引士	生涯学習センター	国家	なし
国内旅行業務取扱管理者	生涯学習センター	国家	なし

試験受験資格に定められている科目の学内科目対応表。

資格	受験資格要件	科目名	民間・国家 資格の別	資格取得・ 受験資格取得の別	専門科目・ 一般教養の別
税理士	法律学	法学	国家	受験資格取得	一般教養
		民法			一般教養
		商法			専門科目
		会社法			専門科目
	経済学	経営学総論			専門科目
		国際経済			専門科目
		国際金融			専門科目
		金融・経済特講			専門科目
		会計学			専門科目

【参考】国税庁 税理士試験受験資格「1 主な受験資格 (1) 学識による受験資格」いずれか一つの要件を満たせば、受験資格を有する。

イ. 大学、短大又は高等専門学校を卒業した者で、法律学又は経済学（※1）を1科目以上履修した者

ロ. 大学3年次以上で、法律学又は経済学（※1）を1科目以上含む62単位以上を取得した者

ハ. 一定の専修学校の専門課程（※2）を修了した者で、法律学又は経済学（※1）を1科目以上履修した者

ニ. 司法試験合格者

ホ. 公認会計士試験の短答式試験に合格した者（※3）

※1 法律学又は経済学について

1. 「法律学」とは、法学、法律概論、憲法、民法、刑法、商法、行政法、労働法、国際法等が該当します。

2. 「経済学」とは、マクロ経済学、ミクロ経済学、経営学、経済原論、経済政策、経済学史、財政学、国際経済論、金融論、貿易論、会計学、商品学、農業経済、工業経済等が該当します。

3. それぞれ、専門科目である必要はなく、一般教養科目でも該当します。



## 【10】入学者選抜の概要

### 1. 受入方針

経営学部では、各学科に定められているディプロマ・ポリシー、並びにカリキュラム・ポリシーで定めた教育を受けるために、以下に掲げる本学部の教育特色に即した意欲と目的意識、基礎的な知識・学力を備えた人材を求めている。

- 1) 経営学の専門知識・技能に基づいて社会に貢献しようとする意志がある。
- 2) 複雑で多様な社会の事象に関心を持ち、社会や組織、ビジネス上の課題を発見するとともに、価値観の異なる他者に対して誠意ある態度でコミュニケーションをとり、主体的に多様な他者と協働して課題解決を図ろうとする意欲がある。
- 3) 課題解決に必要な情報を、自ら収集し、整理し、ビジュアルやデジタルツールを使って他者が理解しやすいように伝えるための技能を身につけようとする意欲がある。
- 4) ゼミナールやフィールドワークなど、課題発見・解決型の能動的学習を通して、知識・教養や技能、思考力や主体性などの幅広い学力を身につけようとする意欲がある。
- 5) 高等学校までの履修科目のうち国語総合や現代文などを通じて読解力や文章力をはじめとする基礎的能力を身につけている。

### 2. 学力の評価

経営学部では、学力を構成する重要な3つの要素（学力の3要素）を多面的・総合的に評価する。学力の3要素は（1）基礎的・基本的な知識・技能、（2）知識・技能を活用して課題を解決するために必要な思考力・判断力・表現力等、（3）主体性・多様性・協働性をもって取り組む態度の3要素である。

### 3. 出願資格

経営学部の入学試験への出願資格は、次の基準のいずれか一つに該当することである。

- 1) 高等学校（中等教育学校の後期課程を含む）を卒業、または入学年度の前年度3月卒業見込みの者。
- 2) 通常の課程による12年の学校教育を修了した者、または入学年度の前年度3月卒業見込みの者。
- 3) 学校教育法施行規則第150条の規定により、高等学校を卒業した者と同等以上の学力があると認められる者、または入学年度の前年度3月末日までにこれに該当する見込みの

ある者。

#### 4. 選抜方法等

経営学部マーケティング・デザイン学科の入学者選抜（入学定員を設けている入試種別）

種 別	選 考
総合型選抜 (20名)	書類審査、プレゼンテーション・質疑応答、面接
学校推薦型選抜 (40名)	書類審査、小論文、面接
全学統一選抜 (30名)	英語、選択科目（数学、国語）
一般選抜 (40名)	<p>【一般選抜Ⅰ期A日程／2科目または3科目入試】</p> <p>2科目の場合：英語、選択科目（国語、世界史、日本史）</p> <p>3科目の場合：英語、国語、選択科目（世界史、日本史）</p> <p>【一般選抜Ⅰ期B日程／3科目入試】</p> <p>英語、国語、選択科目（世界史、日本史）</p> <p>【一般選抜Ⅱ期およびⅢ期／2科目入試】</p> <p>英語、国語</p>
共通テスト利用入試 (若干名)	<p>【2科目判定の場合】</p> <p>外国語、選択科目（国語、地理歴史、公民、数学、理科） の点数</p> <p>【3科目判定の場合】</p> <p>外国語、国語、選択科目（地理歴史、公民、数学、理科） の点数</p>

学部共通の「求める人材像」は次の通りである。

- 1) 経営学の専門知識・技能に基づいて社会に貢献しようとする意志がある。
- 2) 複雑で多様な社会の事象に関心を持ち、社会や組織、ビジネス上の課題を発見するとともに、価値観の異なる他者に対して誠意ある態度でコミュニケーションをとり、主体的に多様な他者と協働して課題解決を図ろうとする意欲がある。
- 3) 課題解決に必要な情報を、自ら収集し、整理し、ビジュアルやデジタルツールを使って他者が理解しやすいように伝えるための技能を身につけようとする意欲がある。
- 4) ゼミナールやフィールドワークなど、課題発見・解決型の能動的学習を通して、知識・教養や技能、思考力や主体性などの幅広い学力を身につけようとする意欲がある。
- 5) 高等学校までの履修科目のうち国語総合や現代文などを通じて読解力や文章力をはじめとする基礎的能力を身につけている。

マーケティング・デザイン学科の「求める人材像」は次の通りである。

- 1) 社会の多様な事象、街や人に興味を持ち、商品やサービスの開発、映像やデザイン、広告制作に関心がある。
- 2) コンテンツを構想し、プランニングし、デザインを用いて Web サイトや SNS 等を制作、伝達・発信する新しいマーケティング手法に関心がある。
- 3) 社会の事象を数的に把握することや、プログラミング、AI などに興味関心がある。

入学者は、総合型選抜、公募制学校推薦型選抜（専願制）、併願制学校推薦型選抜、全学統一選抜、一般選抜Ⅰ期、一般選抜Ⅱ期、一般選抜Ⅲ期、大学入学共通テスト利用選抜、帰国生徒選抜、一般編入選抜、社会人選抜、外国人留学生選抜の各種選抜方法によって選抜する。選抜方法別の募集定員は、各学科とも、総合型選抜 20 名、公募制学校推薦型選抜（専願制）40 名、併願制学校推薦型選抜若干名、全学統一選抜 30 名、一般選抜Ⅰ期 30 名、一般選抜Ⅱ期・一般選抜Ⅲ期 10 名、その他の方法は若干名である。科目等履修生・聴講生の受け入れについては書類審査と面接により選考する。受け入れ人数は若干名である。

総合型選抜は、専願制である。10 月総合型選抜選と 12 月総合型選抜の 2 種類がある。10 月総合型選抜では、活動報告書と提出課題による書類審査、試験当日の課題についてのプレゼンテーションと質疑応答、面接により選抜する。12 月総合型選抜では、活動報告書

による書類審査、試験当日の講義についてのレポート作成と面接により選抜する。応募には、高等学校長の推薦が不要で、学習成績の状況（評定平均値）の基準は設けていないが、次の応募基準を設けている。

- 1) 探求への強い意欲があり、合格後は必ず入学する意志がある。
- 2) 各学科の定める「求める人材像」に合致する。

公募制推薦型選抜は専願制である。活動報告書により書類審査、小論文、面接により選抜する。応募基準は、高等学校長の推薦、入学年度の前年度3月卒業見込み及びその2年前の3月以降の高等学校卒業資格、全体の学習成績の状況（評定平均値）が3.0以上、の3点である。

併願制学校推薦型選抜は、活動報告書により書類審査、小論文、面接により選抜する。応募基準は、高等学校長の推薦、入学年度の前年度3月卒業見込み及びその2年前の3月以降の高等学校卒業、全体の学習成績の状況（評定平均値）が4.0以上、の3点である。

全学統一選抜は、英語と選択科目として数学、国語の試験により選抜する。一般選抜Ⅰ期A日程では2科目または3科目入試で、2科目の場合、英語と選択科目（国語、世界史、日本史）、3科目入試の場合、英語、国語、選択科目（世界史、日本史）の試験により選抜する。一般選抜Ⅰ期B日程は、A日程の3科目入試と同一の選抜方法である。一般選抜Ⅱ期およびⅢ期は、英語と国語の試験により選抜する。

大学入学共通テスト利用選抜は、2科目判定では、外国語と選択科目（国語、地理歴史、公民、数学、理科）、3科目判定では、外国語、国語、選択科目（地理歴史、公民、数学、理科）の点数により選抜する。

帰国生徒選抜は、活動報告書による書類審査、英語、小論文、面接によって選抜する。応募基準は、日本の国籍を有し、入学時において満18歳に達している、保護者の海外在留という事情もしくは単身留学により外国で学んだ者で一定の基準に該当していることである。

一般編入選抜は、書類審査（志願理由書）、小論文、面接によって選抜する。応募基準は、大学2年以上修了または入学年度の前年度3月修了見込み、短期大学卒業または入学年度

の前年度3月修了見込み、大学卒業または入学年度の前年度3月修了見込み、専門学校の専門課程のうち文部科学大臣の定める基準を満たすものを修了または入学年度の前年度3月終了見込みの4点である。大学・短期大学・専門学校で取得した単位については、62単位を上限に単位認定する。編入学年は3年次である。

社会人選抜は、小論文、面接によって選抜する。応募基準は、経営学部入学試験への出願資格を持ち、会社や団体勤務、公務員などの社会人経験があり、入学年度4月1日現在で満23歳以上であること。ただし大学受験準備のため浪人した者は除く。

外国人留学生選抜は、書類審査、小論文、面接によって選抜する。応募基準は、以下の条件をすべて満たす者であることである。

- 1) 外国籍を有する者。
- 2) 外国において12年以上通常の教育課程を修了し、自国において大学入学資格のある者、またはそれと同等以上の学力があると本学が認めた者。
- 3) 正式な手続きにより、日本国の入国を許可された者。
- 4) 受講に際し、日本語の対話・読解・筆記に支障のない者。
- 5) 入学年度の前年度3月31日までに、「入国管理及び難民認定法」に定める「留学」の在留資格を得られる者。
- 6) 日本語能力試験 N2 以上取得の者、または日本語留学「日本語」の記述式受験を必須とし、220点以上（記述点は含まない）取得の者。ただし日本語留学試験の成績は、入学年の前年および2年前に実施した分を対象とする。

入学志願者には、外国人留学生の日本語能力を示す根拠資料として、日本語能力試験の「合否結果通知書」もしくは「日本語能力試験認定結果及び成績に関する証明書」、日本語留学試験の「成績通知書」もしくは「成績確認書」の提出を求めている。経費支弁能力については、経費支弁者の住所・氏名、学費・生活費の支弁額、支弁方法、志願者のアルバイトの状況等を記入した調査書の提出によって確認する。在籍管理については、学生支援センター教務グループおよびGSIグループが、定期的に在籍確認をするとともに、学生本人と連絡を取れる状況を確保し、必要に応じて教員が面談するなどの方法により対応している。ゼミナールに所属している学生は、授業期間中、ゼミ担当教員が毎週、授業の際に出席確認をすることにより在籍管理が行われる。

科目等履修生・聴講生試験は、書類審査、面接によって選抜する。応募基準は、高等学校を卒業（入学年度の前年度3月卒業見込みの者を含む）または、学校教育法施行規則第

150 条の規定により高等学校を卒業した者と同等以上の学力があると認められていることである。受け入れる学生は若干名であるため、現状の専任教員、校地・校舎で教育に支障はない。

### 【11】 教員組織の編成の考え方および特色

マーケティング・デザイン学科は、既設の経営学部マーケティング・デザイン専攻における教育研究実績を基盤とするが、学科設置の趣旨、養成する人材像や教育課程編成の考えに基づき、それらの目的を達成することが可能な教員編成とする。

マーケティング・デザイン学科では、他大学の経営学部にはない、コンテンツ・デザインという独自の強みをより強化し、「マーケティング」、「コンテンツ・デザイン」、「デジタル」の3つのエリアを融合させて、新しいビジネスモデルや革新的なサービスを創出し、新しい社会のニーズに応えられる、デジタル経済の担い手となるような人材を育成することを目的としている。これらの教育を展開するために必要な主たる専門科目については、教授を中心に准教授、助教の専任教員を配置している。

また、これらの教育は、従来の経営学分野の理論的な内容だけでなく、実践的な能力開発が必要となる。そのため、マーケティング・デザイン学科には、豊富な実務経験をもち、優れた知識、能力および実績を有する実務家教員を多く配置している。

完成年度の3月31日時点において、教授6人、准教授3人、助教3人である。年齢構成は60代2人、50代8人、30代2人、教育研究水準の維持向上および教育研究の活性化に支障がない構成になっている。学年進行中の定年による教員の退職については、後任となる教員を新規採用によって補充を行うため教員組織の継続性に問題はない。すでに就任承諾書を得ており、就任してもらえることを確認している。

兼任教員で完成年度までに定年を迎える教員がいるが、「文京学院大学任期付専任教員就業規則」第1章第2条第3項【資料5】を適用し、定年退職後も授業を受け持つことができるので継続性に支障がない。また、兼任教員についても定年を迎える教員がいるが、同様に「文京学院大学非常勤講師就業規則」第1章第3条【資料6】を適用し、継続性に支障がない。

学部としての研究機能を担保するために、博士の学位の取得者を一定数確保する。教員組織における博士学位取得割合は、36%であり、今後学位取得予定者もあり、さらに研究

機関としての努力を行っていく。

資料 5 「文京学院大学任期付専任教員就業規則」

資料 6 「文京学院大学非常勤講師就業規則」

## 【12】施設、設備等の整備計画

### 1. 校地の整備、運動場の整備計画

マーケティング・デザイン学科を設置する本郷キャンパスは、都市型キャンパスとして、東京都文京区向丘に位置し、東京メトロ南北線東大前駅から地上に出ると、その場所が大学正門という好立地で、学生・教職員の通学に便利だけでなく、文教地区の中で研究環境としても各分野の学会・研究会・学術発表等に活発に利用される等、大変良好な位置を占めており、現在 13,856.52 m<sup>2</sup>の面積を有している。

運動用設備としては、本郷キャンパスに大体育館、小体育館等を備えるとともに、学生ラウンジ（2ヶ所）、カフェ、コモンスペース等及び、敷地内の空地を利用して、学生が休息できるための十分な場所を確保することで、大学教育に相応しいキャンパス環境を整えている。本郷キャンパスは都市型キャンパスのため、十分に広い敷地を確保できる自然に恵まれたふじみ野キャンパス（本郷キャンパスからの移動時間としては1時間程度、東武東上線ふじみ野駅からスクールバスで約7～8分）に、グラウンド（第1、第2 合計35,169.84 m<sup>2</sup>）を備えている。

### 2. 校舎等施設の整備計画

マーケティング・デザイン学科を設置する本郷キャンパスは、現在、7の教室棟、図書館等の校舎施設を有しており、校舎面積は、37,197.18 m<sup>2</sup>で、学部教育に必要となる教室の内訳としては、講義室50室、演習室20室、実験実習室23室、情報処理室10室、語学教室2室の他、体育館、教員研究室、講師控室、図書館、学長室、学部長室、事務室、保健室、学生食堂等を整備している。

マーケティング・デザイン学科は、既設の経営学部の経営コミュニケーション学科の入学定員の一部を移行して設置することとしており、経営学部全体の収容定員の変更を伴わない計画としていることから、現在の校舎等を有効的に利用する計画としている。学部としての開講科目数も現行と大幅な変更がないことから教室数は充足しており、新学科設置後の教室の使用予定状況からも校舎等施設設備は確保しているといえる。【資料7】

また、マーケティング・デザイン学科では、専任教員 12 人を配置することとしているが、マーケティング・デザイン学科の専任教員は、既設の経営学部経営コミュニケーション学科からの異動、ならびに新規採用する計画としており、専任教員の研究室については、個人研究室 12 室を既に整備している。設備については、保有している情報機器が 440 台となっており、その設備を有効利用していく。

資料 7「施設利用予定一覧」

### 3. 図書等の資料及び図書館の整備計画

#### (1) 図書館の蔵書数など

図書館は、本郷図書館（東京）・ふじみ野図書館（埼玉）の 2 館があり、両図書館がシームレスな運用を行っている。平成 20 年度に図書館システムを統合して以降、両館の所蔵資料の横断検索や相互貸借の受付のオンライン化など資料調査の利便性を向上させてきた。

全体では下記（資料の量的整備について）に記載の通り、約 38,000 冊の経営学関連の専門図書と 88 種類の専門雑誌を含む 356,283 冊の図書と 521 種類の学術雑誌を所蔵している。これらは両館の相互協力サービスを通じて迅速に取り寄せ利用に供している。

また、論文データベースも整備しており約 35,000 種類の雑誌の論文がフルテキストで閲覧可能である。

※図書館のサイト：<https://www.u-bunkyo.ac.jp/center/library/>

#### <資料の整備について>

資料の選定は、図書館の資料収集方針に基づき、教員推薦図書を最優先として学生の希望図書も積極的に購入している。また、これらに加え図書館員による選定を行っている。

#### 本郷図書館資料所蔵数（数値は 2021（令和 3）年 4 月 1 日現在）

- ・ 図書所蔵冊数 207,388 冊（和書：172,988 冊、洋書：34,400 冊）
- ・ 学術雑誌種数 282 種（和雑誌：193 種、洋雑誌：89 種）
- ・ AV 資料点数 4,259 点

#### ふじみ野図書館資料所蔵数（数値は 2021（令和 3）年 4 月 1 日現在）

- ・ 図書所蔵冊数 148,895 冊（和書：133,935 冊、洋書：14,960 冊）
- ・ 学術雑誌種数 239 種（和雑誌：188 種、洋雑誌：51 種）
- ・ AV 資料点数 5,058 点



## 本学所蔵総数（数値は 2021（令和 3）年 4 月 1 日現在）

- ・ 図書所蔵冊数 356,283 冊（和書：306,923 冊、洋書：49,360 冊）
- ・ 学術雑誌種数 521 種（和雑誌：381 種、洋雑誌：140 種）
- ・ AV 資料点数 9,317 点

## <デジタルデータベース及び電子ジャーナルについて>

4 学部（経営学部、外国語学部、人間学部、保健医療技術学部）、5 研究科（経営学研究科、外国語学研究科、人間学研究科、保健医療科学研究科、看護学研究科）で利用している。

※データベース / 類縁機関リンクのサイト

<https://www.u-bunkyo.ac.jp/center/library/data.html>

eol（丸善）、Magazine Plus（丸善）、D1-Law（丸善）、医中誌 Web.EBSCOhost（EBSCO）、聞蔵（朝日新聞）、Academic one file、Japan Knowledge（紀伊國屋）、日経テレコン（丸善）、Health&WellnessRC（丸善）、Wiley & Blackwell（丸善）、Ovid（丸善）、ProQuest（サンメディア）、Cancer Research（丸善）等

## (2) 図書館の利用環境

本郷図書館は本郷キャンパス島田依史子記念館に、ふじみ野図書館はふじみ野キャンパス東館 3 階にそれぞれ設置されており学生はどちらの図書館の資料、施設とも利用が出来る。両図書館の開館時間、閲覧席数等は別表の通りである。

	延べ床 面積	開館時間 (授業開講期間)	閲覧 席数	収納可能 冊数	情報検索 用 PC (ノート PC 含む)	視聴覚 機器数
本郷 図書館	2,289.92 m <sup>2</sup>	平日：9:00～22:00 土曜：9:00～19:00	277 席	約 27.2 万冊	27 台	10 台
ふじみ野 図書館	1,765 m <sup>2</sup>	平日：9:05～21:00 土曜：9:05～18:00	297 席	約 20.7 万冊	57 台	13 台

※2021（令和 3）年 5 月 1 日現在

館内の無線 LAN を整備すると共にノート PC の貸出を行っている。閲覧席での検索や図書館資料を利用しながらの課題作成が可能である。

また、前述の論文データベースの他、新聞記事や有価証券報告書等のデータベース、電子書籍を導入している。これらの電子資料は大部分がリモートアクセス可能であり自宅学習にも活用出来るものである。

### (3) 他大学との協力

両図書館とも、国立情報学研究所の構築している目録所在情報サービス(NACSIS-CAT/ILL)に参加して全国の大学図書館とのネットワークに接続している。全国的規模の総合目録データベースの利用が可能であり、自館に無い資料でも所蔵館を調査して速やかに取寄せを行い、利用者に提供している。

### (4) 情報処理教室の台数など

本郷キャンパスの情報教育研究センターは、学生が学内で利用できるデスクトップパソコンをCTR、ELL、マルチメディアラウンジ、LLC等に440台設置し自由に利用できる環境にしている。他ノートパソコンを100台用意し、一般教室でも利用できる環境にしている。新型コロナウイルス感染症の対応で、在宅パソコンにて受講する学生用に、ノートパソコン500台を貸出している。

※貸出パソコンの申請画面：<https://www.rc.bgu.ac.jp/0029>

## 【13】管理運営

### 1. 教員組織の編成に関する方針

教員組織の編成は、学長の下、「文京学院大学教員組織の編成方針」に基づいて編成されている。各学部の教育および研究に関する事項を総括し各教員を掌握する学部長の下に、学科の責任者として学科長、各種委員会の委員長を配して、責任の所在を明確にしている。教授会の審議に至るまでの過程に、学科会議や各種委員会において情報や課題の共有、審議を行い、学部全体で教育研究の質を図っている。また、教授会の前には各委員長から構成される学部運営協議会があり、学部の課題について活発な意見交換を行っている。

### 2. 全学の管理運営

本学は、大学組織職務権限規程第6条【資料8】により「学長は、大学の校務を掌り、所属の職員その他を統督し、この大学を代表す」と定めると同時に第7条により学長を補

佐する副学長を置くことができる。全学的な重要事項については、理事長、学長、副学長、研究科委員長、学部長、教務部長、学生部長、学長補佐、法人事務局長、法人副事務局長、大学事務局長(統括ディレクター)、キャンパスディレクターをもって組織された大学運営会で審議している。

大学運営会議【資料 9】は、次の事項を審議する。

- 1) 全学部・全研究科の教育課程の編成に関する全学的な方針の策定
- 2) 学則その他重要な規則の制定改廃に関する事項
- 3) 教員人事に関する事項
- 4) 大学院、学部、学科その他重要な研究機関の設置・廃止に関する事項
- 5) 学生定員に関する事項
- 6) 学生の身分に関する事項
- 7) 大学院、学部その他の機関の連絡調整に関する事項
- 8) 学長が委嘱した事項
- 9) その他大学の運営に関する重要な事項。

資料 8「大学組織職務権限規程」

資料 9「大学運営会議規程」

## 2. 教授会

教授会は、文京学院大学学則第 8 条第 2 項に基づき、全学教授会および学部教授会に関する事項を定めている。学部教授会は、学部の教授をもって組織する。教授会【資料 10】が必要と認める場合は、准教授、助教および助手を加えることができる。開催は、毎月 1 回定例で行うこととする。

教授会は、次の事項を審議し、学長が決定を行うにあたり意見を述べる。

- 1) 学生の入学、編入学、転入学、再入学、休学、留学、転学、転学部、転学科、退学、除籍、卒業及び課程の修了に関する事項。
- 2) 学位の授与に関する事項。
- 3) 学長が定める事項。

そのほか、教授のみで構成される人事教授会があり、教授、准教授、助教、その他の教員の人事にかかる教育研究業績等の審査に関する事、学部長の推薦（選挙）に関することの発議を行い、意見を述べる。

また、次の事項を審議し、学長等（学長及び学部長その他の教授会が置かれる組織の長）から求められた場合、意見を述べる。

- 1)科目等履修生、聴講生、研究生、外国人留学生に関する事項
- 2)学生団体および学生の生活指導に関する事項
- 3)学生の賞罰に関する事項
- 4)その他教育研究に関する事項

学部長は、定期または必要と認めた時教授会を招集できる。

資料 10「教授会規程」

### 3. 教授会以外の委員会

各学部の教育および研究に関する事項を総括し、各教員を掌握する学部長の下に、各種委員会を配して責任の所在を明確にしている。教授会の審議に至るまでの過程に、委員会で情報や課題の共有、審議を行い、学部全体で教育研究の質の向上を図っている。委員会は専門的な内容に関して検討するもので、例えば、教務、学生、入試、キャリア、FD、国際交流、図書・紀要などを配置し、その他 PDCA サイクルで課題となったものに関しては別途プロジェクト型の委員会を配している。各種委員会の職務内容はそれぞれの委員会規定に明記されている。各種委員会における審議結果や報告は、委員によって学部教授会において報告され委員会の委員長により、学部を横断した全学委員会（教務委員会、学生委員会、募集戦略委員会、キャリア委員会、広報委員会、国際交流センター運営委員会）を設置し、学部間の情報、課題の共有、改善策の検討を図っている。教授会審議の過程で、これらの委員会において学部を横断して広く課題を共有・協議することで連携している。

#### 【14】自己点検・評価

本学の大学としての質を保証することを目的とした内部質保証に関する基本的考え方は、文京学院大学大学院学則第 1 条の趣旨を踏まえて、「国際社会に対して本学の大学教育（学士課程・大学院教育）の質保証を行っていくための内部作業に当たることを目的」に（文京学院大学内部質保証委員会規程第 1 条）、大学院学則第 2 条に示した「教育研究水準の向上を図り、前条に定める目的および社会的使命を達成するため、教育研究活動等の状況について自ら点検および評価を行う」という方針に基づく。上記基本方針を教職員間に共有し、内部質保証に取り組んでいる。

## 1. 実施方法

本学における自己点検・評価活動は、PDCA サイクル等を適切に機能させることによつて、質の向上を図り、教育、学習等が適切な水準にあることの点検・評価を基本方針に、公益財団法人大学基準協会が定める「大学基準」および「点検・評価項目」に基づく点検・評価活動を行っている。

年度末に【資料 11】で定められた各学部・研究科、委員会の作業部会で当該年度の自己評価（計画とそれに対する実行と達成度チェック）を実施するとともに、次年度に向けた計画と目標設定を行う。各作業部会は具体的な達成基準を明確にするように求められており、作業部会の中で互いにチェックし合い、修正したものを部会として内部質保証委員会に報告する。内部質保証委員会で議案を審議・検証し、改善案を大学の意思決定機関である大学運営会議で検討し、学長へ提言している。

資料 11 「内部質保証組織」

## 2. 実施体制

内部質保証委員会の実施体制は、「文京学院大学内部質保証委員会規定」に基づき、教学の質保証を担当し、学部・研究科および、全学の教務委員会、学生委員会、学生募集戦略委員会、キャリア戦略委員会等 19 からなる作業部会で構成され、PDCA サイクルを策定、点検する。また同委員会は外部評価懇談会を実施し、結果をホームページで公表している。さらに、全学 FD・SD を実施している。

自己点検・評価委員会は各学部・大学院各研究科の自己点検・評価実施および全学的事項の自己点検・評価を実施するためそれぞれに作業部会を置き、自己点検・自己評価を実施している。このうち教学の質保証にあたる上記、内部質保証委員会担当事項に関しては、内部質保証委員会と協力体制の中で運営している。

ここでの点検項目は、全学に関する事項、研究科・学部に関する事項、図書館事項、研究所等に関する事項、学生・就職事項、教務事項、事務局事項等、具体的内容は、大学理念、建学の精神、教育目標、大学運営、大学組織、各委員会活動、各部署活動等の点検と評価を網羅している。

## 3. 結果の活用・公表および評価項目等

自己点検・評価結果については、本学における教育・研究の改善に資することを目的に、

自己点検・評価報告書をホームページで公表している。また教学関係の点検・評価に関しては、内部質保証委員会で承認された各学部・研究科・委員会の PDCA サイクルをホームページで公開している。

重要かつ緊急な問題点に関しては、FD や SD のテーマとして取り上げ、全学的な認識を共有するとともに、改善に繋げる努力をしている。

第三者評価を受けるため、財団法人大学基準協会の維持会員（正会員）となり相互評価を受審している。公表することで大学としての責任を示し、学生・卒業生・父母の評価を加えることで客観性を確保し、第三者評価を受けることで妥当性を確保しているといえる。

## 【15】情報の公表

本学では、学校教育法第 113 条、学校教育法施行規則第 172 条の 2 に基づき、大学公式ホームページ上で、本学の教育・研究・学生生活動、地域や社会への貢献活動等の情報を、広く社会に対して積極的に公表している。公表の内容や発信のしかたについては大学広報委員会規定およびホームページ掲載規定で定められている。公表している情報は、以下のとおりである。

### 1. 教育研究活動等の状況に関する情報の公表

#### (1) 大学の教育研究上の目的に関すること

##### ▷教育理念・目標とする人材

トップ>本学について>教育理念・目標とする人材

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/post-16.html>

##### ▷三つのポリシー

トップ>本学について>三つのポリシー

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/policy.html>

#### (2) 教育研究上の基本組織に関すること

##### ▷大学紹介：組織図

トップ>本学について>大学紹介：組織図

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/formation.html>

#### (3) 教員組織、教員の数並びに各教員が有する学位及び業績に関すること

##### ▷専任教員数（教員数、職位）

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/e382b3f8c6b1e8397edc0482a5b8846ca411d144.pdf>

▷**経営学部保有学位（学部、学科、研究科）、業績**

トップ>教育>経営学部>教員紹介

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/staff/business/business/>

▷**外国語学部 保有学位（学部、学科、研究科）、業績**

トップ>教育>外国語学部>教員紹介

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/staff/foreign/english/>

▷**人間学部 保有学位（学部、学科、研究科）、業績**

トップ>教育>人間学部>教員紹介

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/staff/human/sociology/>

▷**保健医療技術学部 保有学位（学部、学科、研究科）、業績**

トップ>教育>保健医療技術学部>教員紹介

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/staff/health/physical/>

▷**外国語学研究科**

トップ>教育>大学院>外国語学研究科>教員紹介

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/staff/graduate-college/foreign/>

▷**経営学研究科 保有学位（学部、学科、研究科）、業績**

トップ>教育>大学院>経営学研究科>教員紹介

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/staff/graduate-college/business/>

▷**人間学研究科 保有学位（学部、学科、研究科）、業績**

トップ>教育>大学院>人間学研究科>教員紹介

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/staff/graduate-college/human/>

▷**保健医療科学研究科 保有学位（学部、学科、研究科）、業績**

トップ>教育>大学院>保健医療科学研究科>教員紹介

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/staff/graduate-college/health/>

▷**看護学研究科 保有学位（学部、学科、研究科）、業績**

トップ>教育>大学院>看護学研究科>教員紹介

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/staff/graduate-college/nursing-gd/>

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

▷文京学院大学の入学者に関する受入れ方針（アドミッション・ポリシー）

トップ>本学について>三つのポリシー

URL：<https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/policy.html>

▷経営学部の入学者に関する受入れ方針（アドミッション・ポリシー）

トップ>教育>経営学部

URL：<https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/business>

▷外国語学部の入学者に関する受入れ方針（アドミッション・ポリシー）

トップ>教育>外国語学部

URL：<https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/foreign>

▷人間学部の入学者に関する受入れ方針（アドミッション・ポリシー）

トップ>教育>人間学部

URL：<https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/human>

▷保健医療技術学部の入学者に関する受入れ方針（アドミッション・ポリシー）

トップ>教育>保健医療技術学部

URL：<https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/health>

▷経営学研究科の入学者に関する受入れ方針（アドミッション・ポリシー）

トップ>教育>大学院>経営学研究科

URL：<https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/business-policy.html>

▷外国語学研究科の入学者に関する受入れ方針（アドミッション・ポリシー）

トップ>教育>大学院>外国語学研究科

URL：<https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/foreign-policy.html>

▷人間学研究科の入学者に関する受入れ方針（アドミッション・ポリシー）

トップ>教育>大学院>人間学研究科

URL：<https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/human-policy.html>

▷保健医療科学研究科の入学者に関する受入れ方針（アドミッション・ポリシー）

トップ>教育>大学院>保健医療科学研究科



URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/health-policy.html>

▷看護学研究科の入学者に関する受入れ方針（アドミッション・ポリシー）

トップ>教育>大学院>看護学研究科

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/-3-3.html>

▷入学者の数

トップ>本学について>情報公開>文京学院大学の教育研究活動に関する情報公開>

4. その他> (3) 学生の状況>入学者推移

URL : [https://www.u-](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/93ba674cb83f8ca85bc6139c962546904dd79eb7.pdf)

[bunkyo.ac.jp/about/page/93ba674cb83f8ca85bc6139c962546904dd79eb7.pdf](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/93ba674cb83f8ca85bc6139c962546904dd79eb7.pdf)

▷収容定員及び在学する学生の数

トップ>本学について>情報公開>文京学院大学の教育研究活動に関する情報公開

> (2) 令和3年度事業計画概要> (59 ページ)

URL : [http://bgu.ac.jp/about/R3\\_plan.pdf](http://bgu.ac.jp/about/R3_plan.pdf)

▷卒業又は修了した者の数

トップ>本学について>情報公開>文京学院大学の教育研究活動に関する情報公開

>3. 修学上の情報等> (2) 卒業（修了）者数、進学者数、就職者数>学部・学科毎の就職率

URL : [https://www.u-](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/019609cb6476c18fed390d763949137ae1a260fc.pdf)

[bunkyo.ac.jp/about/page/019609cb6476c18fed390d763949137ae1a260fc.pdf](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/019609cb6476c18fed390d763949137ae1a260fc.pdf)

▷進学者数

トップ>本学について>情報公開>文京学院大学の教育研究活動に関する情報公開>

3. 修学上の情報等> (2) 卒業（修了）者数、進学者数、就職者数>学部・学科毎の院進学率

URL : [https://www.u-](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/655800ef401db0e957151d2a395e74c877301155.pdf)

[bunkyo.ac.jp/about/page/655800ef401db0e957151d2a395e74c877301155.pdf](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/655800ef401db0e957151d2a395e74c877301155.pdf)

▷就職者数

トップ>本学について>情報公開>文京学院大学の教育研究活動に関する情報公開>

3. 修学上の情報等> (2) 卒業（修了）者数、進学者数、就職者数>学部・学科毎の就職率

URL : [https://www.u-](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/019609cb6476c18fed390d763949137ae1a260fc.pdf)

[bunkyo.ac.jp/about/page/019609cb6476c18fed390d763949137ae1a260fc.pdf](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/019609cb6476c18fed390d763949137ae1a260fc.pdf)

**(5) 授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画に関すること**

▷**経営学部の授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画**

トップ>教育>経営学部>カリキュラム

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/business/curriculum.html>

トップ>教育>経営学部>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

▷**外国語学部の授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画**

トップ>教育>外国語学部>カリキュラム

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/foreign/curriculum.html>

トップ>教育>外国語学部>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

▷**人間学部の授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画**

トップ>教育>人間学部>カリキュラム

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/human/curriculum.html>

トップ>教育>人間学部>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

▷**保健医療技術学部の授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画**

トップ>教育>保健医療技術学部>カリキュラム

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/health/curriculum.html>

トップ>教育>保健医療技術学部>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

▷**経営学研究科ビジネスマネジメントコースの授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画**

トップ>教育>経営学研究科>専攻のご案内>ビジネスマネジメントコース

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/business-major-business.html#>

トップ>教育>経営学研究科>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

トップ>教育>経営学研究科>専攻のご案内>コンテンツ・マネジメントコース

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/business-major-contents.html>

トップ>教育>経営学研究科>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

トップ>教育>経営学研究科>専攻のご案内>税務マネジメントコース

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/business-major-tax.html>

トップ>教育>経営学研究科>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

▷**外国語学研究科の授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画**

トップ>教育>大学院>外国語学研究科>専攻のご案内>英語コミュニケーション専攻

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/foreign-major-communication.html>

トップ>教育>外国語学研究科>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

▷**人間学研究科の授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画**

トップ>教育>大学院>人間学研究科>専攻のご案内>人間学専攻保育学コース

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/human-major-child.html>

トップ>教育>人間学研究科>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

トップ>教育>大学院>人間学研究科>専攻のご案内>人間学専攻社会福祉学コース

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/human-major-welfare.html>

トップ>教育>人間学研究科>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

トップ>教育>大学院>人間学研究科>専攻のご案内>心理学専攻臨床心理学コース

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/human-major-clinical.html>

トップ>教育>人間学研究科>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

▶保健医療科学研究科の授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画

トップ>教育>大学院>保健医療科学研究科>専攻のご案内>保健医療科学専攻

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/health-major-health.html>

トップ>教育>保健医療科学研究科>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

▶看護学研究科の授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画

トップ>教育>大学院>看護学研究科>専攻のご案内>保健医療科学専攻

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/faculty/graduate-college/health-major-health.html>

トップ>教育>保健医療科学研究科>電子シラバス

URL : [https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC\\_06001B00\\_21/init](https://portal.bgu.ac.jp/lcu-web/SC_06001B00_21/init)

**(6) 学修の成果に係る評価及び卒業又は修了の認定に当たっての基準に関すること**

▶学修の成果に係る評価

トップ>本学について>情報公開>文京学院大学の教育研究活動に関する情報公開>

3. 修学上の情報等> (3) 学修の成果に係る評価及び卒業又は修了の認定に当たっての基準>学修の成果に係る評価

URL : [https://www.u-](https://www.u-bunkyo.ac.jp/news/page/62614f20702024eff95482a27fcf6ff4a410786a.pdf)

[bunkyo.ac.jp/news/page/62614f20702024eff95482a27fcf6ff4a410786a.pdf](https://www.u-bunkyo.ac.jp/news/page/62614f20702024eff95482a27fcf6ff4a410786a.pdf)

▶卒業又は修了の認定に当たっての基準

トップ>本学について>情報公開>文京学院大学の教育研究活動に関する情報公開>

3. 修学上の情報等> (3) 学修の成果に係る評価及び卒業又は修了の認定に当たっての基準>卒業又は修了の認定に当たっての基準

URL : [https://www.u-](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/ba570f1f936810a15a6585d62fe57253a04d01e9.pdf)

[bunkyo.ac.jp/about/page/ba570f1f936810a15a6585d62fe57253a04d01e9.pdf](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/ba570f1f936810a15a6585d62fe57253a04d01e9.pdf)

**(7) 校地・校舎等の施設及び設備その他の学生の教育研究環境に関すること**

トップ>交通アクセス

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/campus.html>

トップ>本学について>施設紹介

URL : [https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/campus\\_hongo.html](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/campus_hongo.html)

トップ>在学生の方>課外活動

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/students/activity/>

トップ>在学生のかた>学生自治活動

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/students/autonomous-activities/>

トップ>研究センター・機関>図書館

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/center/library/>

トップ>研究センター・機関>キャリアセンター

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/center/career/>

トップ>研究センター・機関>国際交流センター

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/center/international/>

トップ>研究センター・機関>情報教育研究センター

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/center/it/>

トップ>研究センター・機関>学習サポートセンター

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/center/learning/>

トップ>研究センター・機関>総合研究所

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/center/multidiscipline/>

トップ>研究センター・機関>コンテンツ多言語知財化センター

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/center/cm/>

トップ>研究センター・機関>まちづくり研究センター（まちラボ）

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/center/machi-labo/>

#### **(8) 授業料、入学料その他の大学が徴収する費用に関すること**

トップ>本学について>情報公開>2. 教育研究上の基礎的な情報>(4)授業料、  
入学料その他の大学が徴収する費用（令和3（2021）年度）

URL : [https://www.u-](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/20c23b5ea0c2f85bc729680deeb2169a7e80b7d5.pdf)

[bunkyo.ac.jp/about/page/20c23b5ea0c2f85bc729680deeb2169a7e80b7d5.pdf](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/20c23b5ea0c2f85bc729680deeb2169a7e80b7d5.pdf)

#### **(9) 大学が行う学生の修学、進路選択及び心身の健康等に係る支援に関すること**

トップ>在学生の方>学生生活支援

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/students/campus-life/>

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

▷学則等各種規程

トップ>本学について>学則

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/regulations.html>

▷設置認可申請書、設置届出書、設置計画履行状況等報告書

トップ>本学について>情報公開

URL : <https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/disclosure.html>

▷自己点検・評価報告書

トップ>本学について>文京学院大学点検・報告書

URL : [https://www.u-](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/3dad4ffdbb49290832f0fa2787f91a3d674aa181.pdf)

[bunkyo.ac.jp/about/page/3dad4ffdbb49290832f0fa2787f91a3d674aa181.pdf](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/3dad4ffdbb49290832f0fa2787f91a3d674aa181.pdf)

▷認証評価の結果

トップ>本学について>情報公開>文京学院大学に対する大学評価（認証評価）結果

URL : [https://www.u-](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/c1fe92a577701b6c51ab6634bea97ffeb8037f7a.pdf)

[bunkyo.ac.jp/about/page/c1fe92a577701b6c51ab6634bea97ffeb8037f7a.pdf](https://www.u-bunkyo.ac.jp/about/page/c1fe92a577701b6c51ab6634bea97ffeb8037f7a.pdf)

▷事業報告書（決算）・事業計画（予算）の概要

URL : <http://bgu.ac.jp/about/report.html>

## 2. 大学院の学位論文に係る評価に当たっての基準についての情報公開

大学院設置基準第14条の2第2項に規定する学位論文に係る評価に当たっての基準については、各研究科履修要覧【資料12】に記載し、大学院生には公表している。

資料12「修士論文評価基準（各研究科履修要覧より抜粋）」

### 【16】教育内容等の改善を図るための組織的な研修等

#### 1. 授業の内容及び方法の改善を図るための組織的な研修及び研究等

##### (1) 実施体制

授業の内容及び方法の改善を図るための組織的な取組については、「内部質保証委員会

規程」を制定するとともに、文京学院教育改善システム（PDCA サイクル）の実現に取り組み、授業方法の開発と改善を図るための調査、研究、提案及び実施の推進を図ることとする。（また、「文京学院大学総合研究所」を設置し、本学専任教員の学術に関する研究並びに本学の教育を支援していく。）

## **(2) 実施計画及び内容**

授業の内容及び方法の改善を図るための実施内容については、以下に掲げる項目による取り組みを半期に1回程度行う。

- 1) 授業科目の位置付けや卒業認定・学位授与の方針との関係性などを明確にするための様式（カリキュラム・マップ）を作成し、各学部・学科等に提供する。
- 2) シラバスに関する FD を行い、記載項目や記載内容、記載方法などに関する要領を整備し、その内容を各学部・学科等に周知する。
- 3) 学習成果のアセスメントに関する FD を行い、学生の満足度、思考力等の測定及び学士課程教育の成果を検証するとともに報告書を作成する。

## **2. 大学の運営に必要な知識・技能の習得をさせるための研修等**

### **(1) 実施体制**

本学における大学運営に必要な教職員への研修等の取組については、事務職員のみならず、教員及び技術職員を含めて、大学等の教育研究活動等の適切かつ効果的な運営を図ることを目的とした、知識・技術の習得及び能力・資質の向上のための活動を推進することとしている。

検討及び実施については、事務職員に対する研修等は「人事課」が、教員に対する研修等は「法人事務局総務課」「内部質保証委員会」が中心となって行うこととしている。

### **(2) 実施計画及び内容**

具体的な研修等の活動については、以下に掲げる項目により半期に1回程度行う。

- 1) 大学等の管理運営及び教育研究支援に必要な知識及び技能を身に付け、能力及び資質の向上を図るための研修に参加すること
- 2) 建学の精神に照らした大学等の取組の自己点検・評価と内部質保証及び大学等の改革に資する研修に関すること

- 3)職員として求められているリーダーシップ能力、マネジメント能力、プレゼンテーション能力、問題解決能力及び事務処理能力等の向上を図るための研修に関すること
- 4)学生の人間形成を図るために行われる正課外の諸活動における様々な指導、援助等の研修に関すること
- 5)職員のスキルアップに役立つ資格取得に関すること
- 6)大学組織における業務の見直しや事務処理の改善等に関すること
- 7)その他、SD活動として必要と認める事項

なお、研修会等は、大学が独自に企画して開催する「学内研修会等」と外部団体が主催して行う「学外研修会等」に大別し、「学内研修会等」は、次のとおり区分して実施することとしている

#### ア) 目的別

特定の知識・技能の習得や業務ごとの資質向上・改善等のための研修会

#### イ) 階層別

新入職員、中堅職員、管理・監督職職員など、経験や役職（職階）に応じて必要な知識を得るための研修会等

#### ウ) 自己啓発

職員個々が自主的に自己啓発、スキルアップ等を図るための研修会等

また、「学外研修会等」については、教職員が参加できる機会を積極的に提供することとしている。

### 【17】 社会的・職業的自立に関する指導等及び体制

本学部では、建学の精神である「自立と共生」の理念に則り、幅広い教養と経営学や各専門分野の理論と実践を習得するとともに、卒業後に自律・自立して学習できる人材を養成することを目標としている。学生が必要な基盤となる社会人基礎力、人間力を育み、経営学や専門分野の知識と技能を修得し、国際化、情報化社会に貢献できる人材となるのに必要な科目を教育課程内外に配置するほか、キャリアセンターを中心とした支援体制を整備している。



## 1. 教育課程上の取り組み

本学部では、社会的及び職業的自立を図るために必要な能力を体系的な正課教育を通じて高めるよう各科目群を配置している。

### (1) 学部全体

「学部共通科目」、「教養科目」、「語学科目」の各授業では、学生が社会で活躍する上で必要な幅広い領域の知識、スキル、態度を身につけ、多面的なものの見方を習得することを目指している。多くの学生が民間企業や公務員に就職していく経営学部において、キャリア教育は正課教育の関係が強く切り離せない重要なものと位置づけ、学部カリキュラムに「キャリア科目」を配置している。1年次からキャリア形成のための科目（「キャリアデザインⅠ～Ⅳ」、「短期インターンシップ」）を配置し、社会人・職業人としての自覚や態度を身につけ、就業への興味・関心と職業選択に対する意識醸成に向けて、丁寧に細やかに支援する。1年次必須科目である「キャリアデザインⅠ」では、学生は自己と社会を認識し、大学生活や進路選択に向けて行動計画を立案し、2年次のキャリア科目との継続性を意図した構成になっている。「短期インターンシップ」では、1年次よりインターンシップに参加する学生を対象として、企業や自治体等での就業体験プログラムが用意されている。

### (2) 各学科（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）

学科専門科目及びその「発展科目」では、企業の実務家を外部講師として招聘し、経営の現場での情報を得て、学生が専門性を意識した学びを職業選択につなげることができるような授業構成になっている。

経営コミュニケーション学科に配置している「人材・組織のマネジメント」は、「人的資源管理」、「組織行動」、「経営組織」、「経営戦略」、「財務管理論」などの経営学の諸理論を織り交ぜながら、組織の一員としての役割や意識について考えられるようになることを意図している。各学科には「フィールドワーク科目（フィールドワークⅠ、フィールドワークⅡ、フィールドワークⅢ）」を配置し、学びで得た知識・スキルを長期間の企業実習や産学連携プロジェクトで実社会の課題解決に取り組み、実践で得た課題を専門的な学びに引き継ぐプログラムを用意している。特に、マーケティング・デザイン学科のコンテンツ系は、科目と連動する企業実習や映像プロジェクトなど、通常では経験できないインターンシッププログラムを整備し、就職支援の一環となっている。

キャリアに関する教育課程内における組織体制は、「キャリア科目」に関してはキャリアセンター及びキャリア委員会が、「専門科目」では担当教員及び教務委員会が連携して情報を共有し、授業科目の運営を行っている。

## 2. 教育課程外における取り組み

全学的な就職支援の機関として文京学院大学キャリアセンターが設けられている。同センターは、社会の発展に寄与するところ豊かな人間を育成する（大学学則第1条）という大学の目的を達成するため、全学部学生に対してキャリア教育の推進を図るとともに、個々の学生の進路、就職等に関する支援を行うものである。教育課程外の取り組みは、キャリア委員会、センター職員を中心に展開される。

### (1) インターンシップ

「短期インターンシップ」科目は、キャリア委員会およびセンター職員の教職協働によって実施する教育課程外の取り組みである。センターは、本経営学部の特性及び学生の就職状況を分析したうえで民間企業、自治体を含めたインターン派遣先の管理・開拓を担う。インターンシップにおいても、外部との窓口、プログラムの内容や期間、学生の管理などをセンターが主導的に取り組み、個人面談や就職相談において学生を把握した指導・支援ができるよう図っている。また、本学では東京圏だけではなく、海外インターンシップ先として、グアム、中国、台湾、イギリスなど様々な地域に実習先が用意されている。本学の海外インターンシップ制度は、大学の責任の下で民間の仲介業者を通さず大学が独自で海外の研修受け入れ先を開拓、運営している。

### (2) 就職・進路支援

キャリアセンターでは、学生が納得した進路へ進めるよう、個別相談によるキャリア支援を重視している。このキャリア支援は、1年次から卒業もしくは内定まで実施される。本格的な就職相談は、各ゼミナールにキャリアセンター担当者を配置して、ゼミナール教員と連携して、学生の希望や目標、特徴に合わせた就職に関わるアドバイスや企業紹介を継続的に行うことができるよう図っている。

またセンターでは、企業側、就職情報会社、他大学等の情報を収集・分析し、初年次から保護者を含めて、段階的な就職支援アプローチを行うこととしている。企業の採用動向や人材戦略に合わせた就活イベントの企画、各種資格取得講座、公務員試験講座、多彩な

キャリア支援講座、プログラム（自己分析や適職を発見するためのワークショップ、履歴書作成、就職マナー講座、SPI 試験対策）が用意されている。特に、3年次からは就職支援関係企業や就職支援アドバイザー、OB・OG、各種企業や団体から講師を招いて、キャリア形成や就職活動、企業情報に関する講演会を開催して、学生の職業選択に有益な情報や知識を提供することを強化している。

### 3. 適切な体制の整備について

経営学部生の社会的・職業的自立に関する指導・支援は、経営学部キャリア委員会とキャリアセンターを軸にして、キャリア科目の審議をする教務委員会、経営学部専任教員と連携して取り組んでいる。キャリアセンターは、就職指導の基本方針の策定、就職に係わる調査・企画（学内各種企業セミナー、OB・OGによる相談会など）、資格取得講座、就職試験対策講座等を実施する。また、就職活動開始時から学生の就職状況をデータ化し、未内定者への個別アプローチ実施し、卒業生の進路状況を把握し、支援・協力などの連携を図っている。

キャリア委員会は、職業指導およびキャリア教育に関する必要事項について審議し、学生の就職（キャリア形成）支援を行うことを目的として（経営学部キャリア委員会規程第1条）、教員から選出された者若干名、キャリアセンター長並びにキャリアセンターマネージャーで組織され、月に1回の委員会開催において、学生の進路・就職支援に関する情報を共有し指導する体制を整備している。

本学では、全学としての方向性や必要事項を策定するため、全学の取り組みとしてキャリア戦略会議を設置している。各学部・研究科で行っている「企業への就職対策」の情報を交換し、各機能を有機的に結合していくこと、また、最新の就職動向を把握しつつ、大学全体の就職率の維持ならびに質を向上させるための戦略を策定することを目的として、設置している（キャリア戦略会議規定第1条）。委員長、各学部のキャリア委員会委員長、キャリアセンター長、キャリア支援マネージャーらで構成されており、経営学部キャリア委員会、各学部のキャリア委員会、キャリアセンターといった大学が一体となって、組織的に学生の社会的・職業的自立に向けた支援を行う体制になっている。