

経営学総論 I

担当教員 佐久本 朝一

配当年次 1年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

企業は、これまで生成、発展の過程をたどり、今日では社会に多大な影響を及ぼしている。経営学は、そうした企業の営み（経営活動）について学ぶ学問である。企業の経営活動は、生産、販売（マーケティング）、財務、人事、組織など多面にわたって、展開されている。経営学は、そうした企業の各々の活動について学ぶ各論（例えば、生産管理論、販売管理論、財務管理論、人事管理論）によって構成されている。経営学総論は、これらの各論を学ぶ前に、入門的概括的な知識を得るために用意されたカリキュラムである。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	経営学という学問
2	イギリスにおける企業の発展
3	アメリカにおける企業の発展
4	日本における企業の発展
5	科学的管理法
6	フォードシステム
7	人間関係論
8	意思決定論
9	動機付け理論
10	欲求 5 段階説
11	単位組織と複合組織
12	経営組織の基本形態
13	経営組織の階層と機能
14	経営組織の応用形態
15	試験
16	

【履修上の注意事項】

私語は厳につつしんでもらう。

【評価方法】

出席、テストおよびレポートにより総合的に評価する。

【テキスト】

適宜紹介する。

【参考文献】

適宜紹介する。

経営学総論 I

担当教員 天野 敦央

配当年次 1年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

企業は、これまで生成、発展の過程をたどり、今日では社会に多大な影響を及ぼしている。経営学は、そうした企業の営み（経営活動）について学ぶ学問である。企業の経営活動は、生産、販売（マーケティング）、財務、人事、組織など多面にわたって、展開されている。経営学は、そうした企業の各々の活動について学ぶ各論（例えば、生産管理論、販売管理論、財務管理論、人事管理論）によって構成されている。経営学総論は、これらの各論を学ぶ前に、入門的概括的な知識を得るために用意されたカリキュラムである。

【授業の展開計画】

- | 回 | 内容 |
|----|---------------|
| 1 | 経営学という学問 |
| 2 | イギリスにおける企業の発展 |
| 3 | アメリカにおける企業の発展 |
| 4 | 日本における企業の発展 |
| 5 | 科学的管理法 |
| 6 | フォードシステム |
| 7 | 人間関係論 |
| 8 | 意思決定論 |
| 9 | 動機付け理論 |
| 10 | 欲求 5 段階説 |
| 11 | 単位組織と複合組織 |
| 12 | 経営組織の基本形態 |
| 13 | 経営組織の階層と機能 |
| 14 | 経営組織の応用形態 |
| 15 | 試験 |

【履修上の注意事項】

私語は厳につつしんでもらう。

【評価方法】

テストおよびレポートにより総合的に評価する。

【テキスト】

適宜紹介する。

【参考文献】

適宜紹介する。

経営学総論Ⅱ

担当教員 佐久本 朝一

配当年次 1年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

【授業の展開計画】

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

経営学総論Ⅱ

担当教員 天野 敦央

配当年次 1年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

企業は、これまで生成、発展の過程をたどり、今日では社会に多大な影響を及ぼしている。経営学は、そうした企業の営み（経営活動）について学ぶ学問である。企業の経営活動は、生産、販売（マーケティング）、財務、人事、組織など多面にわたって、展開されている。経営学は、そうした企業の各々の活動について学ぶ各論（例えば、生産管理論、販売管理論、財務管理論、人事管理論）によって構成されている。経営学総論は、これらの各論を学ぶ前に、入門的概括的な知識を得るために用意されたカリキュラムである。

【授業の展開計画】

- | 回 | 内容 |
|----|-------------------|
| 1 | 環境の変化と経営戦略 |
| 2 | 多角化戦略 |
| 3 | 競争戦略 |
| 4 | グローバル戦略 |
| 5 | アメリカにおける経営者の形成 |
| 6 | 日本における経営者の形成 |
| 7 | 所有と経営の分離 |
| 8 | 経営者の職能 |
| 9 | コーポレート・ガバナンス理論 |
| 10 | アメリカのコーポレート・ガバナンス |
| 11 | 日本のコーポレート・ガバナンス |
| 12 | アメリカの経営理念 |
| 13 | 日本の経営理念 |
| 14 | 日本の経営課題 |
| 15 | 試験 |

【履修上の注意事項】

私語は厳につつしんでもらう。

【評価方法】

テストおよびレポートにより総合的に評価する。

【テキスト】

適宜紹介する。

【参考文献】

適宜紹介する。

経済原論 I

担当教員 仲地 健

配当年次 1年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

経済学はミクロ経済学とマクロ経済学の二つに大きく分けられるが、「経済原論 I」ではミクロ経済学を学ぶ。具体的には、経済を構成する個々の消費者や企業はどのような行動をとるのか、市場において財・サービスの価格や数量はどのように決定されるのかを学ぶ。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	講義内容と講義の進め方、成績評価方法を説明する
2	需要曲線と供給曲線
3	市場均衡と均衡の安定性
4	需要曲線・供給曲線のシフト
5	価格弾力性
6	余剰分析①
7	余剰分析②
8	消費者行動の理論①
9	消費者行動の理論②
10	生産者行動の理論①
11	生産者行動の理論②
12	パレート最適
13	市場の失敗と独占
14	講義の総括
15	期末試験
16	

【履修上の注意事項】

経済原論 II も受講することが望ましい。

【評価方法】

試験結果で判断する。

【テキスト】

特に指定しない。

【参考文献】

岩田規久男『ゼミナール ミクロ経済学入門』

経済原論Ⅱ

担当教員 仲地 健

配当年次 1年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

マクロ経済学とは、一国の経済を個人の総体である家計部門、企業の総体である企業部門および政府部門の3つの主体による活動と捉え、社会全体を包括的に分析する学問である。マクロ経済学を学ぶ目的は、国民所得はどのように決定されるのか、デフレや失業といった経済現象がなぜ生じるのか、といったことを理解することにある。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	講義内容と講義の進め方、成績評価方法を説明する
2	国民所得の諸概念
3	均衡所得の決定① 有効需要の原理、消費関数、投資関数
4	均衡所得の決定② 消費・投資需要と均衡国民所得
5	均衡所得の決定③ 需要の変化と乗数効果
6	均衡所得の決定④ 需要の変化と乗数効果
7	IS-LM分析① IS曲線
8	IS-LM分析② LM曲線
9	財政・金融の目的と手段
10	財政政策の効果①
11	財政政策の効果②
12	金融政策の効果①
13	金融政策の効果②
14	講義の総括
15	期末試験
16	

【履修上の注意事項】

経済原論Ⅰを履修済みであることが望ましい。

【評価方法】

試験の結果で判断する。

【テキスト】

特に指定しない。

【参考文献】

中谷巖『入門マクロ経済学』日本評論社

商学概論 I

担当教員 河田 賢一

配当年次 1年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本学卒業生の2人に1人が流通業（製造業、卸売業、小売業、サービス業）に就職しています。広義の流通業（運輸業、通信業、金融業、保険業）を含めると卒業生の4人に3人が流通業に就職しております。また学生の中には、コンビニエンスストア等でアルバイトをしている学生もおり、流通はとても身近なものです。そこで本講義においては流通を含むさらに広い意味での商学についての基本的な知識および理論を学んでいきます。他学科の学生の履修も歓迎します。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	流通の機能①
3	流通の機能②
4	流通の歴史①
5	流通の歴史②
6	流通機構①
7	流通機構②
8	流通機構③
9	流通革新のはじまり
10	革新的小売業①
11	革新的小売業②
12	革新的小売業③
13	商業集積①
14	商業集積②
15	講義のまとめ 16回目：期末試験
16	

【履修上の注意事項】

必修科目のため出席を重視します。

必修科目でありとともに、2年次からのマーケティングコースにおける全ての科目の基礎となるため、受講態度の悪い学生は教室から退出してもらいます。

【評価方法】

期末試験（60%）、出席点および受講態度（40%）

【テキスト】

中田信哉・橋本雅隆編『基本流通論』実教出版、2006年

【参考文献】

商学概論Ⅱ

担当教員 河田 賢一

配当年次 1年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本学卒業生の2人に1人が流通業（製造業、卸売業、小売業、サービス業）に就職しています。広義の流通業（運輸業、通信業、金融業、保険業）を含めると卒業生の4人に3人が流通業に就職しています。そこで本講義においては流通を含む広い意味での商学についての基本的な知識および理論を学んでいきます。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	卸売構造①
3	卸売構造②
4	卸売構造③
5	卸売再編成①
6	卸売再編成②
7	流通経営①
8	流通経営②
9	流通経営③
10	物流の構造①
11	物流の構造②
12	物流管理とロジスティクス・マネジメント①
13	物流管理とロジスティクス・マネジメント②
14	流通の社会適合
15	講義のまとめ 16回目：期末試験
16	

【履修上の注意事項】

必修科目のため出席を重視します。

必修科目であるとともに、2年次からのマーケティングコースにおける全ての科目の基礎となるため、受講態度の悪い学生は教室から退出してもらいます。

他学科の学生が履修する場合、商学概論Ⅰを履修済みであることが望ましい。

【評価方法】

期末試験（60％）、出席点および受講態度（40％）

【テキスト】

中田信哉・橋本雅隆編『基本流通論』実教出版、2006年

【参考文献】

商業簿記 I

担当教員 鶴池 幸雄

配当年次 1年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 4.0

【授業のねらい】

ビジネスの基礎として、企業の日常的活動を認識、測定、記録、報告を行う会計システムについての基礎的な理解を涵養する。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容	週	授 業 の 内 容
1	簿記の基礎	17	売掛金・買掛金の記帳
2	資産・負債・資本と貸借対照表	18	その他債権債務①
3	収益・費用と損益計算書	19	その他債権債務②
4	取引と勘定科目	20	手形取引①
5	取引要素の結合関係	21	手形取引②
6	仕訳①	22	手形取引③
7	仕訳②	23	有価証券
8	勘定口座と元帳	24	固定資産と減価償却
9	試算表	25	資本金と引出金
10	精算表	26	決算整理①
11	決算	27	決算整理②
12	現金・当座預金	28	決算整理③
13	小口現金	29	試験 I
14	商品売買の記帳①	30	試験 II
15	商品売買の記帳②	31	
16	商品売買の記帳③		

【履修上の注意事項】

簿記による企業の記録は、ビジネスのツールとして非常に重要であるため、これを間違いなく行うことが出来るように、復習を必ず行いマスターしてください。

【評価方法】

講義への参加、試験の点数に基づいて判断します。

【テキスト】

開講時に指示します。

【参考文献】

商業簿記 I

担当教員 清村 英之

配当年次 1年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 4.0

【授業のねらい】

会社の活動を記録し、計算・整理する技術を簿記といいます。簿記を行うことによって、会社は自己の財産を管理し、経営成績（いくらもうかったか）と財政状態（財産や借金がいくらあるか）を知ることができます。

この講義では、取引の仕訳から元帳への転記、試算表・精算表・財務諸表の作成にいたる簿記一巡の手続を解説します。簿記を十分に理解するためには、数多くの練習問題を解くことが必要です。したがって、テキストやプリントの練習問題を中心に講義を進めます。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容	週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス	17	売掛金と買掛金
2	企業の簿記	18	手形
3	資産・負債・資本と貸借対照表	19	手形
4	収益・費用と損益計算書	20	その他の債権・債務
5	取引と勘定	21	有価証券
6	仕訳と転記	22	有価証券
7	仕訳と転記	23	固定資産
8	試算表	24	固定資産
9	精算表	25	資本金と引出金
10	決算（その1）	26	決算（その2）
11	決算（その1）	27	決算（その2）
12	財務諸表の作成	28	決算（その2）
13	現金と預金	29	決算（その2）
14	現金と預金	30	期末テスト
15	商品売買	31	
16	商品売買		

【履修上の注意事項】

特にありません。

【評価方法】

出席20%，テスト80%で評価します。

【テキスト】

清村英之『精説現代簿記』税務経理協会。

【参考文献】

加古宜士・渡部裕亘『新検定簿記ワークブック 3級／商業簿記』中央経済社。

商業簿記 I

担当教員 -上原 香代子

配当年次 1年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 4.0

【授業のねらい】

簿記の知識は、個人及び法人企業、公益法人、官公庁等に広く活用され、国内外にも共通するものです。この講義は、簿記初学者が簿記の「基本概念」、「計算原理」、「作成技術」などを習得することを目的としています。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容	週	授 業 の 内 容
1	簿記の意義と役割	17	その他の債権・債務
2	資産・負債・資本と貸借対照表	18	手形取引
3	収益・費用と損益計算書	19	手形取引
4	学習簿記と簿記一巡の流れ	20	有価証券
5	複式簿記の原理と勘定科目論	21	有価証券
6	仕訳帳と元帳の記入と役割	22	固定資産
7	仕訳帳と元帳の記入と役割	23	固定資産
8	試算表と精算表の作成と役割	24	個人企業の資本と税金
9	試算表と精算表の作成と役割	25	決算予備手続き
10	決算	26	決算予備手続き
11	決算	27	決算手続き等
12	現金・預金の取引	28	決算手続き等
13	現金・預金の取引	29	決算手続き等
14	商品売買取引	30	期末テスト
15	商品売買取引	31	
16	商品売買取引		

【履修上の注意事項】

講義と練習問題を交互に行うため、下記テキストを必ず購入すること。

日商簿記3級程度の実力を養成できる講義でもあるため、受講生は、単位取得だけでなく、資格取得も目標にしてみたい。

【評価方法】

出席状況、期末試験、学生の質問内容等で総合評価

【テキスト】

上江洲・大城編著『簿記の技法とシステム』同文館出版
段階式日商簿記ワークブック3級商業簿記、税務経理協会

【参考文献】

武田隆二『簿記一般教程』中央経済社

商業簿記Ⅱ

担当教員 鶴池 幸雄

配当年次 1年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 4.0

【授業のねらい】

商業簿記Ⅰにおいて学習した、基礎的な簿記システムの理解のうえに、株式会社を対象としたより、高度な取引活動についての帳簿記録システムについて学習する。

【授業の展開計画】

- | | |
|---------------|--------------|
| 1 ガイダンス | 17 税金の処理 |
| 2 現預金の処理 | 18 決算時の処理 1 |
| 3 有価証券の処理 | 19 決算時の処理 2 |
| 4 商品売買取引の処理 | 20 精算表の作成 1 |
| 5 商品売買取引の処理 2 | 21 精算表の作成 2 |
| 6 商品売買取引の処理 3 | 22 財務諸表の作成 1 |
| 7 手形の処理 | 23 債務諸表の作成 2 |
| 8 手形の処理 2 | 24 本支店会計 1 |
| 9 資本の処理 | 25 本支店会計 2 |
| 10 剰余金の処理 1 | 26 本支店会計 3 |
| 11 剰余金の処理 2 | 27 本支店会計 4 |
| 12 剰余金の処理 3 | 28 帳簿組織 1 |
| 13 社債の処理 | 29 帳簿組織 2 |
| 14 繰延資産の処理 | 30 伝票会計 1 |
| 15 引当金の処理 | 31 伝票会計 2 |
| 16 中間テスト | 32 期末テスト |

【履修上の注意事項】

商業簿記Ⅰの知識を前提とするのでよく復習しておいてください。

【評価方法】

テストによる理解力の到達度によって評価します。

【テキスト】

開講時に指示します

【参考文献】

商業簿記Ⅱ

担当教員 清村 英之

配当年次 1年

単位区分 選択

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 4.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

この講義では、「商業簿記Ⅰ」で学んだ簿記の基礎を踏まえ、特殊商品売買、株式会社会計、本支店会計など、一歩進んだ簿記の手続を解説します。簿記を十分に理解するためには、数多くの練習問題を解くことが必要です。したがって、テキストやプリントの練習問題を中心に講義を進めます。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容	週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス	17	決算
2	諸取引の処理：銀行勘定調整表	18	決算
3	諸取引の処理：特殊商品売買	19	決算
4	諸取引の処理：特殊商品売買	20	財務諸表の作成
5	諸取引の処理：有価証券	21	財務諸表の作成
6	諸取引の処理：手形	22	財務諸表の作成
7	諸取引の処理：手形	23	財務諸表の作成
8	諸取引の処理：有形固定資産	24	本支店会計：本支店間取引
9	諸取引の処理：無形固定資産	25	本支店会計：合併財務諸表の作成
10	株式会社会計：繰延資産	26	本支店会計：合併財務諸表の作成
11	株式会社会計：純資産	27	本支店会計：合併財務諸表の作成
12	株式会社会計：合併・買収	28	本支店会計：合併財務諸表の作成
13	株式会社会計：剰余金の配当と処分	29	期末テスト
14	株式会社会計：社債	30	予備日
15	株式会社会計：社債	31	
16	株式会社会計：税金		

【履修上の注意事項】

「商業簿記Ⅰ」を履修済みの学生しか登録できません。

【評価方法】

出席20%，テスト80%で評価します。

【テキスト】

清村英之『精説現代簿記』税務経理協会。

【参考文献】

加古宜士・渡部裕亘『新検定ワークブック 2級／商業簿記』中央経済社。

商業簿記Ⅱ

担当教員 松村 陽子

配当年次 1年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 4.0

【授業のねらい】

本講義では商業簿記Ⅰの履修を終了した学生に対し、中級程度の簿記の学習をするものである。応用的な取引の処理や株式会社の簿記などについて理解させることを目的とする。株式会社の簿記は、会社法の計算規定などとの関わりも理解しながら学んでいくことが重要である。日商簿記検定などの目標を持って、自覚して受講してもらいたい。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	現金預金取引
2	有価証券の特殊取引その1
3	有価証券の特殊取引その2
4	特殊な手形取引その1
5	特殊な手形取引その2
6	特殊商品売買その1
7	特殊商品売買その2
8	固定資産その1
9	固定資産その2
10	中間試験
11	株式会社の簿記の特徴
12	株式会社の純資産の部と表示
13	社債
14	株式会社の税金
15	期末試験
16	

【履修上の注意事項】

具体的には、講義と問題練習を繰り返して理解させたい。
受講生諸君は、日商簿記2級等の資格取得にも目標を持ってもらいたい。

【評価方法】

出席状況、授業への参加姿勢、試験の結果などを総合して判断する。

【テキスト】

上江洲、大城編著「簿記の技法とシステム」 同文館出版
段階式日商簿記ワークブック2級商業簿記

【参考文献】

武田隆二「簿記Ⅱ」税務経理協会
山下正喜編著「簿記テキスト」創成社

情報概論

担当教員 又吉 光邦

配当年次 1年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

「情報処理」とは、すべての生き物が「脳」を中心に行っている生存のための営みの一つである。本講義では、人間の作り出した「脳」の補助をする機械であるコンピュータの動く仕組みを学ぶことを目的とする。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	コンピュータの歴史Ⅰ（人類と計算 他）
2	コンピュータの歴史Ⅱ（大規模な計算機の出現 他）
3	コンピュータとは何か？そのⅠ（コンピュータとは何か？ 他）
4	コンピュータとは何か？そのⅡ（1ビットの足し算をしてみよう 他）
5	コンピュータの構造Ⅰ（コンピュータの5大機能 他）
6	コンピュータの構造Ⅱ（記憶装置の働き 他）
7	コンピュータの種類と用途Ⅰ（スーパーコンピュータ 他）
8	コンピュータの種類と用途Ⅱ（マイコン 他）
9	プログラムのしくみⅠ（プログラムとは何か？ 他）
10	プログラムのしくみⅡ（プログラムをしてみよう 他）
11	ソフトウェアのしくみⅠ（ハードウェアとソフトウェア 他）
12	ソフトウェアのしくみⅡ（Linuxの概要 他）
13	コンピュータの最先端と未来Ⅰ（演算回路の微細化技術 他）
14	コンピュータの最先端と未来Ⅱ（ユビキタスコンピューティング 他）
15	コンピュータの最先端と未来Ⅲ（モバイルコンピューティング 他）
16	

【履修上の注意事項】

おしゃべりは、厳しく取り締まります。

【評価方法】

テスト(60%)。授業態度(20%)。レポート(20%)。

【テキスト】

イラスト図解 コンピュータの動くしくみ : 音葉 哲・大槻有一郎、日東書院。

【参考文献】

インターネット上の各種情報。

情報リテラシー演習

担当教員 仲地 健

配当年次 1年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

情報リテラシーとは、コンピュータを使った「読み・書き」などができる能力といわれている。情報化社会においては、単にコンピュータが使えるのではなく、目的に応じて柔軟に対応できることが必要となる。本講義では、ワープロ・表計算・プレゼンテーションソフトウェアの技能を身につけた者を対象として、ウェブサイト作成（HTML）を学ぶ。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	HTMLの基礎
3	文字のデザイン・カラーコード
4	リンク
5	スタイルシート
6	画像の加工方法
7	テーブル
8	フォーム
9	フレーム
10	ギャラリーページ
11	タグ以外のテクニック
12	課題の実習①
13	課題の実習②
14	課題のプレゼンテーション
15	総括
16	

【履修上の注意事項】

情報処理基礎（共通科目）を履修済みの者、もしくはそれと同等の技能を持つと認められた者にかぎり登録を受け付ける（同時履修は認めない）。

【評価方法】

課題・出席状況を総合的に判断し評価する。

【テキスト】

開講時に指定する。

【参考文献】

開講時に指定する。

フレッシュマン・セミナー

担当教員 原田優也・鵜池幸雄・仲地 健・木下和久・天野敦央・李ヒョンジョン・岩橋建治

配当年次 1年

開講時期 前期

単位区分 必

授業形態 演習

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

大学での学習の始まりとして、また、産業情報学部・企業システム学科の学生としての基礎的な学習能力、コミュニケーション能力を涵養することを目的とします。

【授業の展開計画】

- 1 オリエンテーション
- 2 新聞記事(経済記事)の読み方、とらえ方
- 3 報告書(レポート)の書き方
- 4 小論文の書き方
- 5 図書館オリエンテーションによる情報検索の方法
- 6 プレゼンテーションの方法と実践Ⅰ
- 7 プレゼンテーションの方法と実践Ⅱ
- 8 ディスカッションの方法と実践Ⅰ
- 9 ディスカッションの方法と実践Ⅱ
- 10 ディスカッションの方法と実践Ⅲ
- 11 沖縄県内産業の実態とその動向Ⅰ
- 12 沖縄県内産業の実態とその動向Ⅱ
- 13 ビジネス分野の基礎知識(経営・マーケティング・会計)
- 14 ビジネス分野の基礎知識(経営・マーケティング・会計)
- 15 ビジネス分野の基礎知識(経営・マーケティング・会計)
- 16 期末試験・レポートの提出

【履修上の注意事項】

- (1)出席を重視し、積極的に学ぶ姿勢が必要である。
- (2)事前にテキスト・資料・ビジネスニュース・記事などを読む。
- (3)授業中の携帯電話、飲食、私語、迷惑行為等は教室から退出させ再入室させない。
- (4)出席回数が全授業回数数の2/3に満たない場合は単位を与えない。

【評価方法】

授業への参加の態度、提出された課題、期末試験等によって評価する。

【テキスト】

適時、指導します。

【参考文献】

必要に応じて講義中に紹介します。

簿記演習 I

担当教員 木下 和久

配当年次 1年

単位区分 選択

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

商業簿記1で学習した内容について、より実践的な形で修得することを目的とする。
具体的には、日本商工会議所主催の簿記検定試験3級程度の能力を完全に習得することを目標とします。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	各種取引の仕訳 1
3	各種取引の仕訳 2
4	各種取引の仕訳 3
5	試算表の作成 1
6	試算表の作成 2
7	決算整理演習 1
8	決算整理演習 2 (精算表)
9	決算整理演習 3 (B/S、P/L)
10	総勘定元帳の作成 (仕訳から決算まで)
11	伝票の作成
12	総合演習 1
13	総合演習 2
14	総合演習 3
15	総合演習 4
16	

【履修上の注意事項】

商業簿記1の基礎的な理解を前提としています。講義目標を達成するには、復習および自習が必須となります。

【評価方法】

総合演習における成績にもとづいて評価する。

【テキスト】

講義開始時に指示する。

【参考文献】

英文簿記・会計

担当教員 清村 英之

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

企業活動・ビジネスに国境がないように、簿記・会計の世界でも徐々に国境がなくなりつつあります。国境がなくなった時、世界標準の損益計算書や貸借対照表は、当然ながら英語で作成されます。

この講義では、「商業簿記Ⅰ・Ⅱ」で学んだ簿記一巡の手続を英語で行えるようになることを目標とし、また、国際会計検定BATIC (Bookkeeping and Accounting Test for International Communication) の取得も目指します。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	Guidance (ガイダンス)
2	Basic Concepts of Bookkeeping and Accounting (簿記・会計の基礎概念)
3	Transactions and Journal Entries (取引と仕訳)
4	Transactions and Journal Entries (取引と仕訳)
5	Journals and Ledgers (仕訳帳と元帳)
6	Journals and Ledgers (仕訳帳と元帳)
7	Trial Balance (試算表)
8	Test① (中間テスト)
9	Adjusting Entries (決算整理仕訳)
10	Worksheet (精算表)
11	Financial Statements (財務諸表)
12	Closing Entries (帳簿の締切り)
13	Internal Control (内部統制)
14	Generally Accepted Accounting Principles (一般に公正妥当と認められた会計原則)
15	Test② (期末テスト)
16	

【履修上の注意事項】

「商業簿記Ⅰ」(または「簿記原理Ⅰ」4単位分)を履修済みの学生しか登録できません。

【評価方法】

出席20%, テスト80%で評価します。

【テキスト】

使用しません。

【参考文献】

東京商工会議所『国際会計検定BATIC Subject 1 公式テキスト・増補改訂版』中央経済社。
東京商工会議所『国際会計検定BATIC Subject 1 問題集・増補改訂版』中央経済社。

オフィス・マネジメント

担当教員 佐久本 朝一

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

オフィスオートメーション時代に対応した即戦力としてのビジネスマンの養成をめざす。

【授業の展開計画】

- 1 事務の概念
- 2 事務管理の対象やその方法
- 3 ビジネス文書の書き方
- 4 コンピュータ導入の基礎知識
- 5 OA機器の変化
- 6 事務管理における表計算ソフトの役割
- 7 表計算によるデータ処理の方法
- 8 統計処理の仕方
- 9 ベンチャービジネスのためのホームページ作成など

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

ビジネスマンのための基礎知識 著者 佐久本朝一 発行所 国際経営研究所

【参考文献】

会計学 I

担当教員 鶴池 幸雄

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義では、財務会計分野の基礎的、全般的内容を修得させることを目標とする。財務会計は企業の外部利害関係者への報告を中心とした分野であり、企業の内部管理のための管理会計と対比される会計分野である。このような外部報告会計のための基本原理について、企業会計原則・新会計基準を中心に会社法会計、金融商品取引法会計との比較を行い、わかりやすく講義を進めていく。

【授業の展開計画】

1. ガイダンス
2. 会計学の役割と領域
3. 会計公準論
4. 会計原則論
5. 貸借対照表論
6. 資産会計
7. 流動資産
8. 固定資産
9. 中間テスト
10. 繰延資産
11. 流動負債
12. 固定負債
13. 純資産会計その1
14. 純資産会計その2
15. 予備
16. 期末テスト

【履修上の注意事項】

会計学 I では、会計理論の講義を中心に行うが、会計学の理論を具体的に理解するためにも簿記は基礎になる。そのため、受講生諸君は、日商簿記 2 級等の資格取得にも目標を持ってもらいたい。会計学 I を受講するには、商業簿記 I、II を履修していることが望ましい。

【評価方法】

成績評価の方法は、出席状況、中間テスト、期末試験などを総合して判断する。

【テキスト】

『財務会計の基礎理論と展開』同文館出版

【参考文献】

広瀬義州『財務会計』中央経済社、伊藤邦雄『ゼミナール現代会計入門』日本経済新聞社、桜井久勝『財務会計講義』中央経済社

会計学Ⅱ

担当教員 鶴池 幸雄

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義では、財務会計分野の基礎的、全般的内容を修得させることを目標とする。財務会計は企業の外部利害関係者への報告を中心とした分野であり、企業の内部管理のための管理会計と対比される会計分野である。このような外部報告会計のための基本原理について、企業会計原則を中心に会社法会計、金融商品取引法会計との比較を行い、検討する。

【授業の展開計画】

1. ガイダンス
2. 損益会計Ⅰ（収益、費用の認識と測定）
3. 損益会計Ⅱ
4. 財務諸表の作成
4. 貸借対照表の報告原則と様式
5. 損益計算書の報告原則と様式
6. キャッシュ・フロー計算書Ⅰ
7. キャッシュ・フロー計算書Ⅱ
8. 金融商品会計
9. 中間テスト
10. 外貨建取引等会計
11. 外貨建取引等会計
12. 連結会計Ⅰ
13. 連結会計Ⅱ
14. 国際会計基準
15. わが国の会計基準の動向
16. 期末テスト

【履修上の注意事項】

会計学Ⅱでは、会計理論の講義を中心に行うが、会計学の理論を具体的に理解するためにも簿記は基礎となる。そのため、受講生諸君は、日商簿記2級等の資格取得にも目標を持ってもらいたい。会計学Ⅱを受講するには、商業簿記Ⅰ、Ⅱ、会計学Ⅰを履修していることが望ましい。

【評価方法】

成績評価の方法は、出席状況、中間テスト、期末試験などを総合して判断する。

【テキスト】

『財務会計の基礎理論と展開』同文館出版

【参考文献】

広瀬義州『財務会計』中央経済社、伊藤邦雄『ゼミナール現代会計入門』日本経済新聞社、桜井久勝『財務会計講義』中央経済社

外書講読

担当教員 佐久本 朝一

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

外書の専門科目に関する文献を読むことにより、専門知識の国際比較を学ぶ

【授業の展開計画】

【履修上の注意事項】

【評価方法】

2回のテストと出席日数による

【テキスト】

最初の講義のときにプリントを配布する。

【参考文献】

企業者史

担当教員 岩橋 建治

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

「ひと」としての企業者に注目し、そこから学ぶ。授業ではさまざまな企業者を取りあげる。彼らによる企業者活動（経営戦略、経営管理、人材育成など）は、どのような時代的・社会的環境のもとで行われたのか。それにより彼らはいかにして社会を変えていったのか。さらに、困難におちいった彼らを支え続けてきた経営理念、あるいは夢や信念とは、何だったのか。主に以上の問いかけから学んでいく。

【授業の展開計画】

1. 歴史と視点
2. 企業者と企業者活動
3. 企業者活動の理論
4. 中間レポートの報告
5. まとめ

【履修上の注意事項】

「もし自分なら、どのように判断し、行動しただろうか」と思考のシミュレーションをしてみましょう。

【評価方法】

期末試験（80%）、中間レポート（20%）

【テキスト】

なし。

【参考文献】

適宜紹介する。

基礎演習 I

担当教員 清村 英之

配当年次 2年

単位区分 必

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

簿記の技能は、会計コースで様々な専門科目を履修するに当たって不可欠です。したがって、この演習では、第一に日商簿記検定試験2級の資格取得を目指します。また、会計学の全容を明らかにし、それぞれの領域を紹介することによって会計学への興味を喚起する、つまり会計学への誘いが第二の目的です。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	会計学の全体像
3	会計学の全体像
4	日商簿記検定試験6月試験に向けての学習
5	日商簿記検定試験6月試験に向けての学習
6	日商簿記検定試験6月試験に向けての学習
7	日商簿記検定試験6月試験に向けての学習
8	日商簿記検定試験6月試験に向けての学習
9	財務諸表の作り方
10	財務諸表の作り方
11	財務諸表の作り方
12	財務諸表の読み方
13	財務諸表の読み方
14	財務諸表の読み方
15	前期のまとめ
16	

【履修上の注意事項】

会計コースを選択した学生しか登録できません。

【評価方法】

出席，発表，課題などで，総合的に評価します。

【テキスト】

使用しません。

【参考文献】

千代田邦夫『会計学入門・第7版』中央経済社。
小林哲夫他『まなびの入門会計学・第2版』中央経済社。

基礎演習 I

担当教員 河田 賢一

配当年次 2年

単位区分 必

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

本演習は商学概論において学んだ内容を基礎として流通について分析していきます。流通を分析することにより、マーケティングおよび消費者行動を学ぶための基礎的な知識を得ることができます。また基礎演習 I であるため、その後の基礎演習 II・専門演習・卒業論文演習において求められる報告・発表・論文作成の方法についても学んでいきます。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	資料の収集方法
3	報告・討論
4	報告・討論
5	報告・討論
6	報告・討論
7	報告・討論
8	報告・討論
9	報告・討論
10	報告・討論
11	報告・討論
12	報告・討論
13	報告・討論
14	報告・討論
15	報告・討論 16回目：演習のまとめ
16	

【履修上の注意事項】

演習であるため、毎回、積極的な発言を求めます。
自らの報告の順番のときに休む、欠席回数が多い等の学生は単位を取得できません。

【評価方法】

出席点および受講態度（50%）、報告内容（30%）、レポート（20%）

【テキスト】

日本流通学会編『現代流通事典（第2版）』白桃書房、2009年

【参考文献】

基礎演習 I

担当教員 岩橋 建治

配当年次 2年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

ケーススタディを中心に、経営学に関する予備知識を身につける。その過程で、大学で学ぶためのさまざまな方法を習得する。具体的には、①テキストの輪読を通じて、問題と課題を見いだすためのトレーニングを行う。②討論を通じて、他者と共同して問題解決にあたるプロセスを学ぶ。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	はじめに： 班分けなど
2	企業研究： 問題と課題の発見（1）
3	企業研究： 問題と課題の発見（2）
4	企業研究： 問題と課題の発見（3）
5	分からないことは分けること（1）： 任天堂
6	分からないことは分けること（2）： シマノ
7	分からないことは分けること（3）： トヨタ
8	自分の頭で考えて考えて考え抜くこと： セブン-イレブン・ジャパン
9	客観的に眺め不合理な点を見つけられること（1）： キヤノン
10	客観的に眺め不合理な点を見つけられること（2）： 花王
11	危機をもって企業のチャンスに転化すること： マブチモーター
12	身の丈に合った成長を図り、事業リスクを直視すること： 信越化学
13	世のため、人のためという自発性の企業文化を埋め込んでいること（1）： ヤマト運輸
14	世のため、人のためという自発性の企業文化を埋め込んでいること（2）： ホンダ
15	前期のまとめ
16	

【履修上の注意事項】

積極的な発言を求める。自分の班が報告班または討論班のときに、正当な理由なく欠席した場合は、成績評価で大きくペナルティーがつく。

【評価方法】

出席、演習への貢献度、および課題の完成度などにより総合的に評価する。

【テキスト】

新原浩朗（2006）『日本の優秀企業研究 企業経営の原点——6つの条件』日経ビジネス人文庫。

【参考文献】

吉田和夫・大橋昭一（2006）『基本経営学用語辞典〔四訂版〕』同文館出版。
その他、適宜紹介する。

基礎演習Ⅱ

担当教員 清村 英之

配当年次 2年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

簿記の技能は、会計コースで様々な専門科目を履修するに当たって不可欠です。したがって、この演習では、第一に日商簿記検定試験2級の資格取得を目指します。また、会計学の全容を明らかにし、それぞれの領域を紹介することによって会計学への興味を喚起する、つまり会計学への誘いが第二の目的です。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	日商簿記検定試験11月試験に向けての学習
3	日商簿記検定試験11月試験に向けての学習
4	日商簿記検定試験11月試験に向けての学習
5	日商簿記検定試験11月試験に向けての学習
6	日商簿記検定試験11月試験に向けての学習
7	意思決定会計：CPV分析
8	意思決定会計：CPV分析
9	意思決定会計：CPV分析
10	意思決定会計：業務意思決定
11	意思決定会計：短期的意思決定
12	意思決定会計：価格戦略の意思決定
13	意思決定会計：長期的意思決定
14	意思決定会計：長期的意思決定
15	後期のまとめ
16	

【履修上の注意事項】

会計コースを選択し、「基礎演習Ⅰ」を履修済みの学生しか登録できません。

【評価方法】

出席，発表，課題などで，総合的に評価します。

【テキスト】

使用しません。

【参考文献】

千代田邦夫『会計学入門・第7版』中央経済社。
小林哲夫他『まなびの入門会計学・第2版』中央経済社。

基礎演習Ⅱ

担当教員 原田 優也

配当年次 2年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

- (1) 専門演習の準備段階として、レポートの書き方や情報収集の方法など大学での勉学に必要な基礎能力を養うことを目的とする。
- (2) マーケティングの面白さを感じ、マーケティングの基礎知識を身につける

【授業の展開計画】

- 1) オリエンテーション
- 2) 課題研究の選定とプロジェクト・チームの決定
- 3) 参考文献目録の作り方
- 4) 調査方法、文献・資料収集の方法
- 5) マーケティングの課題とディスカッション1
- 6) マーケティングの課題とディスカッション2
- 7) マーケティングの課題とディスカッション3
- 8) マーケティングの課題とディスカッション4
- 9) マーケティングの課題とディスカッション5
- 10) グループ発表1
- 11) グループ発表2
- 12) グループ発表3
- 13) グループ発表4
- 14) グループ発表5
- 15) 報告書の編集作業
- 16) レポートの提出

【履修上の注意事項】

- 積極的に学ぶ姿勢が必要である。
- 自らの報告の順番のときに休む、無断欠席する場合、単位を与えない。
- 東村ゼミナーハウスにて発表会に参加すること。

【評価方法】

- 課題の報告内容（50%）・出席および受講態度（50%）などで総合的に評価する。
- 出席回数が全授業回数の2/3に満たない場合は単位を与えない。

【テキスト】

- ① 恩蔵直人監修（1999年）『コトラーのマーケティング入門 第4版』ピアソン・エデュケーション
- ② 講義の中で、適切なテキストを指示する。

【参考文献】

必要に応じて講義中に紹介します。

基礎演習Ⅱ

担当教員 岩橋 建治

配当年次 2年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

ケーススタディを中心に、経営学に関する予備知識を身につける。その過程で、大学で学ぶためのさまざまな方法を習得する。具体的には、①資料収集とパワーポイント作成を通じて、情報の取捨選択と要約の仕方を理解する。②報告を通じて、「自分が伝えたいこと」を簡潔かつ的確に伝えるためのスキルを高める。③討論を通じて、他者と共同して問題解決にあたるプロセスを学ぶ。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	はじめに： 班分けなど
2	企業を起こす： 大学発ベンチャー
3	環境・戦略・組織： フォード、GM
4	企業の知識体系： シャープ
5	いかに競争するか： マクドナルド、モスバーガー
6	事業のリストラクチャリングと組織改革： GE
7	M&Aと外部資源の利用： ソニー
8	いかに国際化するか： ノキア
9	日本的生産システム： トヨタ
10	組織の革新と再生： 松下電器産業
11	日本的経営と人事管理制度： ブラザー工業
12	消費者の変化に対応する事業システム： セブン-イレブン・ジャパン
13	ニーズの絞り込みによる市場創造： ライオン
14	ビジネスの倫理： 三菱ふそう
15	後期のまとめ
16	

【履修上の注意事項】

積極的な発言を求める。自分の班が報告班または討論班のときに正当な理由なく欠席した場合は、成績評価で大きくペナルティーがつく。

【評価方法】

出席、演習への貢献度、および課題の完成度などにより総合的に評価する。

【テキスト】

東北大学経営学グループ (2008) 『ケースに学ぶ経営学 [新版]』有斐閣ブックス。

【参考文献】

吉田和夫・大橋昭一 (2006) 『基本経営学用語辞典 [四訂版]』 同文館出版。
その他、適宜紹介する。

グローバル・マーケティング演習

担当教員 原田 優也

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

わが国の企業は積極的に海外市場へ投資し、商品開発・生産・販売活動を行っています。「グローバル・マーケティング総論」では、海外市場環境や顧客ニーズ、ビジネスの仕組みなど海外市場を読む力を実践的に養い、海外進出・展開戦略を事例を通して考えます。国際的なマーケティング活動の動向について、事例をとりあげながら解説する。様々な特性を有する各国・地域の市場特性や社会文化の多様性に応じたマーケティング活動を、多様な面から捉え、履修生の国際感覚を磨く。

【授業の展開計画】

1. クラスの予定の説明
2. 報告・討論 (地域マーケティングとグローバル・マーケティング)
3. 報告・討論 (国際製品ライフサイクルモデル)
4. 報告・討論 (世界環境分析 1)
5. 報告・討論 (世界環境分析 2)
6. 報告・討論 (グローバル消費者とSTP分析)
7. 報告・討論 (マーケット参入と拡大戦略)
8. 報告・討論 (国際提携戦略)
9. 報告・討論 (競争優位分析)
10. 報告・討論 (グローバル製品・グローバル価格)
11. 報告・討論 (流通・広告・販売管理・PRなど)
12. 報告・討論 (アジア型マーケティング)
13. 報告・討論 (ヨーロッパ型マーケティング)
14. 報告・討論 (アメリカ型マーケティング)
15. まとめ
16. レポート提出日

【履修上の注意事項】

- ①個人とグループ発表の時、自分の意見とディスカッションを行うことが大前提です。
- ②授業に参加し、積極的に学ぶ姿勢 (パティシペーションなど) が必要である。

【評価方法】

課題の報告内容 (50%) ・出席および受講態度 (50%) などで総合的に評価する。

【テキスト】

- ①小田部正明・Hクリスチアン (2001) 『グローバルビジネス戦略』横井義則監訳、同文館。
- ②諸上茂登・藤沢武史 (2004) 『グローバル・マーケティング』中央経済社。

【参考文献】

- ①塩見治人・橘川武郎 (2008) 『日米企業のグローバル競争戦略』名古屋大学出版会。
- ②博報堂アジア生活者研究所プロジェクト (2002) 『アジア・マーケティングをここからはじめよう』PHP研究所

グローバル・マーケティング総論

担当教員 原田 優也

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

わが国の企業は積極的に海外市場へ投資し、商品開発・生産・販売活動を行っています。「グローバル・マーケティング総論」では、海外市場環境や顧客ニーズ、ビジネスの仕組みなど海外市場を読む力を実践的に養い、海外進出・展開戦略を事例を通して考えます。国際的なマーケティング活動の動向について、事例をとりあげながら解説する。様々な特性を有する各国・地域の市場特性や社会文化の多様性に応じたマーケティング活動を、多様な面から捉え、履修生の国際感覚を磨く。

【授業の展開計画】

- 1) クラスの予定の説明
- 2) 地域マーケティングとグローバル・マーケティング
- 3) 国際製品ライフサイクルモデル
- 4) グローバル市場の環境分析 1
- 5) グローバル市場の環境分析 2
- 6) グローバル消費者とSTP分析
- 7) グローバル・マーケティング戦略 1 (マーケット参入と拡大戦略)
- 8) グローバル・マーケティング戦略 2 (国際提携戦略)
- 9) グローバル・マーケティング戦略 3 (競争優位分析)
- 10) グローバル・マーケティング・プランの設定 1 (グローバル製品・グローバル価格)
- 11) グローバル・マーケティング・プランの設定 2 (流通・広告・販売管理・PRなど)
- 12) アジア型マーケティング
- 13) ヨーロッパ型マーケティング
- 14) アメリカ型マーケティング
- 15) まとめ
- 16) レポート提出日

【履修上の注意事項】

- (1) 本科目は「グローバル・マーケティング演習」と連続したプログラムを組んでいる。総論で理論の学習→演習で実習プロジェクトを行うので、グローバル・マーケティング演習とセットで登録することが望ましい。
- (2) 出席を重視し、積極的に学ぶ姿勢が必要である。

【評価方法】

課題の報告内容 (50%) ・出席および受講態度 (50%) などで総合的に評価する。

【テキスト】

- ① 小田部正明・Hクリスチアン (2001) 『グローバルビジネス戦略』横井義則監訳、同文館。
- ② 諸上茂登・藤沢武史 (2004) 『グローバル・マーケティング』中央経済社。

【参考文献】

- ① 塩見治人・橘川武郎 (2008) 『日米企業のグローバル競争戦略』名古屋大学出版会。
- ② 博報堂アジア生活者研究所プロジェクト (2002) 『アジア・マーケティングをここからはじめよう』PHP研究所。

経営管理論 I

担当教員 天野 敦央

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

年間テーマを「経営計画と経営統制」とする。本講座は、通年科目（全年科目）合計4.00単位に相当する。経営管理は①生産管理、②労務管理、③販売管理、④財務管理、および⑤経営組織の、各部に分かち把握せられる。前期は、このなかでも、①生産管理と、⑤経営組織の部分に、おおくの時間をさいて論じていく。後期は、経営戦略の諸側面を研究していきたい。経営戦略の諸側面とは主として①生存領域の規定、②資源展開の戦略、③競争の戦略、および、④組織間関係の戦略といった、4つの側面である。

【授業の展開計画】

なお、本講座においては、ビデオやチャートなどの教材を多用するなどして学生諸君が興味をもって研究にとりくめるような運用をめざしていきたい。

週	授 業 の 内 容
1	講義のすすめ方、評価のしかた
2	経営概念
3	企業概念
4	経営職能
5	テーラー＝システム
6	フォード＝システム
7	オートメーション
8	労働科学
9	人間関係論
10	行動科学
11	テーラー式組織
12	伝統的組織論
13	自生組織と成分組織
14	近代的組織論
15	近代的組織の形態
16	

【履修上の注意事項】

開講時期に支持する。開講日（4月・10月）には必ず出席し、登録手続きを行なってください。本科目は面談による選抜（制限）登録科目です。登録手続きが不備だと登録・採点・評価されないことがあります。

【評価方法】

期末試験の評点に、出席点を加味し、最終的な評価を決定する。

【テキスト】

未定

【参考文献】

中村常次郎ほか『経営学第3版』 有斐閣／占部都美『新訂経営管理論』白桃書房／藻利重隆『経営管理総論』千倉書房。

経営管理論Ⅱ

担当教員 天野 敦央

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

年間テーマを「経営計画と経営統制」とする。本講座は、通年科目（全年科目）合計4.00単位に相当する。経営管理は①生産管理、②労務管理、③販売管理、④財務管理、および⑤経営組織の、各部に分かち把握せられる。前期は、このなかでも、①生産管理と、⑤経営組織の部分に、おおくの時間をさいて論じていく。後期は、経営戦略の諸側面を研究していきたい。経営戦略の諸側面とは主として①生存領域の規定、②資源展開の戦略、③競争の戦略、および、④組織間関係の戦略といった、4つの側面である。

【授業の展開計画】

なお、本講座においては、ビデオやチャートなどの教材を多用するなどして学生諸君が興味をもって研究にとりくめるような運用をめざしていきたい。

週	授 業 の 内 容
1	経営戦略概論
2	戦略的組織
3	企業成長
4	生存領域の規定（1）
5	生存領域の規定（2）
6	生存領域の規定（3）
7	資源展開の戦略（1）
8	資源展開の戦略（2）
9	競争の戦略（1）
10	競争の戦略（2）
11	競争の戦略（3）
12	組織間関係の戦略（1）
13	組織間関係の戦略（2）
14	教材学習
15	学年末試験
16	

【履修上の注意事項】

開講時期に支持する。開講日（4月・10月）には必ず出席し、登録手続きを行なってください。本科目は面談による選抜（制限）登録科目です。登録手続きが不備だと登録・採点・評価されることがあります。

【評価方法】

期末試験の評点に、出席点を加味し、最終的な評価を決定する。

【テキスト】

未定

【参考文献】

小川英次ほか（編）『経営学の基礎知識』有斐閣／伊丹敬之ほか『ゼミナール経営学入門』日本経済新聞社／芝川林也（編）『経営学演習』同文館

経営情報処理 I

担当教員 岩橋 建治

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

実務において使用されるさまざまな種類の文書の作成や、架空の企業における目標管理・能力査定・報酬などの情報の処理を通じて、経営現象と経営学への理解を深める。

【授業の展開計画】

この授業で行う情報処理と、その際に学ぶ背景知識のなかには、以下のようなものが含まれる。近年の動向をふまえつつ、適宜解説していく。

1. 営業成績評価算定 ……拠点別目標管理
2. 営業手当算定 ……職位、人事考課
3. 昇給額算定 ……基本給、年功型賃金
4. 人件費算定 ……基準内賃金、福利厚生
5. 賞与算定 ……年功型賃金と能力給の組み合わせ

【履修上の注意事項】

経営コースの学生の履修を推奨する。

【評価方法】

出席状況と課題の提出状況をもとに評価する。

【テキスト】

なし。適宜レジユメを配布する。

【参考文献】

なし。

経営情報処理Ⅱ

担当教員 佐久本 朝一

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

【授業の展開計画】

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

経営数学

担当教員 嘉手川 繁三

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

現代の企業経営においては、経営上の意思決定をくらすために、大量な情報の処理が必要とされている。このような情報の処理をおこなうには、統計的および数学的な分析の考え方と方法を学ばなければならない。そのためのひとつの手法が経営数学である。

本講では在庫管理、PERTと称される日程の計画、および待ち行列について学ぶ。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	日程の計画
2	日程の計画
3	日程の計画
4	日程の計画
5	在庫管理
6	在庫管理
7	在庫管理
8	在庫管理
9	在庫管理
10	在庫管理
11	待ち行列とシミュレーション
12	待ち行列とシミュレーション
13	待ち行列とシミュレーション
14	待ち行列とシミュレーション
15	待ち行列とシミュレーション
16	

【履修上の注意事項】

受講の際は√ のついた電卓を常備しておくこと。

【評価方法】

学期末に定期試験を行う。

【テキスト】

宮川 公男 『経営学入門』 実教出版

【参考文献】

石田 望 『経済・経営のための基礎数学』 実教出版

工業簿記 I

担当教員 木下 和久

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

簿記は企業の経営活動の相違により商業簿記と工業簿記に大別される。本講義では、製造業において利用される工業簿記および原価計算について、基礎的な解説を行ない、例題・練習問題も重視しつつ講義を進める。

【授業の展開計画】

工業簿記はⅠ・Ⅱを通じ、工業簿記、原価計算に関する基礎的な学習をめざす。具体的には、個別原価計算、総合原価計算、標準原価計算などについて学習する。講義方法として、前期のみ開講するコース(工業簿記Ⅰ・Ⅱの講義を連続して行なう)と、前期と後期に開講するコース(前期は工業簿記Ⅰ、後期は工業簿記Ⅱ)とに別れている。自身の学習計画にあわせてクラスを選択してください。

【履修上の注意事項】

簿記に関する基礎的な学習は終了していることを前提として講義を行なう。計算能力を習得するため、相応の復習・自習が必須である。電卓もしくはそろばんを必ず持参すること。解説は基礎的な範囲にとどめるため、より詳細な解説については原価計算の講義を受講されたい。

【評価方法】

毎回実施する小テストを中心に、講義への参加姿勢などを総合して評価する。

【テキスト】

大原簿記学校『ステップアップ問題集 日商2級工業簿記』大原出版

【参考文献】

大原簿記学校『日商2級工業簿記 サクセス集中講座』大原出版

工業簿記Ⅱ

担当教員 木下 和久

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期・後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

工業簿記Ⅰを参照すること

【授業の展開計画】

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

コンピュータ会計

担当教員 松村 陽子

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期・後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義は会計ソフト（弥生会計）の演習を通じてコンピュータ会計の仕組み、考え方を学習するものである。ソフトの操作に習熟することによりコンピュータ会計の概要が理解できるように講義を進めるが、単なる技術のみでなく簿記・会計についても理解が深まるような内容にしたい。

【授業の展開計画】

- 1 週目 コンピュータ会計の特徴、仕組みについて学習し、簿記一巡の手続がどのようにソフト化されているかを解説する
- 2 週目 会社ファイルの作成、仕訳入力の方法について学習する
- 3 週目 各種の帳簿による仕訳入力の方法について学び、入力の練習を行なう
- 4 週目 各種の帳簿による仕訳入力の方法について学び、入力の練習を行なう
- 5 週目 勘定科目体系を解説し、科目設定・科目変更・補助科目設定の方法を学習する
- 6 週目 補助管理の必要性、方法について解説し、補助簿の作成を練習する
- 7 週目 補助簿の作成練習を行なう
- 8 週目 確認試験を行なう
- 9 週目 コンピュータ会計の導入法について学習する。期首導入の練習を行なう
- 10 週目 コンピュータ会計の導入法について学習する。期中導入の練習を行なう
- 11 週目 決算処理について学習し、決算整理仕訳の練習を行なう
- 12 週目 決算処理について学習し、決算書の作成練習を行なう
- 13 週目 決算処理について学習し、決算書の作成練習を行なう
- 14 週目 予備日
- 15 週目 最終試験を行なう

【履修上の注意事項】

簿記の仕訳処理が毎回ありますので、簿記の基本的学習ができていることが望ましいです。登録希望者数が50名を超え抽選となった場合は、企業システム学科2年次を優先し抽選する予定です。講義開始時に毎回出席を取ります。その他受講する際の注意事項については、第一回目の講義の時に説明します。

【評価方法】

試験の結果（70%）と出席状況（15%）、授業への参加姿勢（15%）により評価します。やむを得ず欠席するときは欠席届を提出してください。

【テキスト】

テキストは使用しません。毎回練習用プリントを配ります。

【参考文献】

『コンピュータ会計入門』 山本誠編著 中央経済社
『電子会計 実務検定試験 公式ガイドブック』初級・中級 日本商工会議所編集

コンピュータ概論

担当教員 安里 肇・早乙女 理恵

配当年次 2年

単位区分 必

関連資格

備考 資格科目

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

コンピュータ科学の基礎，コンピュータ内部のデータ表現，コンピュータシステム・ハードウェア，コンピュータシステム・ソフトウェア，データ構造とアルゴリズム，システムの開発と運用，ネットワーク技術，LANとインターネット，情報化と経営等を体系的に学ぶ。具体的な内容は，通信速度とトラフィック，コンピュータアーキテクチャ，インターネット関連技術，サーバ・クライアントネットワークシステムの概要，データベースの概要(SQL含む)等を取り上げる。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	講義ガイダンス
2	基数変換
3	補数・シフト演算・浮動小数点他
4	論理演算
5	コンピュータ五大装置
6	CPUの働き
7	記憶装置
8	中間試験
9	信頼性・暗号化技術・知的財産権
10	会社の仕組みと情報システム
11	データベース (SQL)
12	コンピュータネットワーク
13	インターネット・関連分野
14	最終試験
15	試験解答・総括
16	

【履修上の注意事項】

この科目は上級情報処理士課程科目であるため，卒業単位には含まれない。情報処理概論及びプログラミング理論を履修していることを前提に講義を進める。履修していない者は両科目を履修してから受講した方が良い。第1週目に出席しない場合には登録を取り消す（出席出来ない場合は事前に連絡すること）。講義の進め方は基本情報技術者試験の内容とリンクさせているので，受講者は講義と平行して資格試験等に挑戦してほしい。

【評価方法】

評価は出席状況(30点)と2回の試験(200点)の合計点数より決定する。

【テキスト】

テキストは講義時に指定する。なお，ウェブサイトで講義時に使用するデータを公開する（講義で使用するパワーポイントでのテキストをPDF化し公開する）。

【参考文献】

講義時に紹介する。

市場調査演習

担当教員 宮森 正樹

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

市場調査とはマーケティング活動の支援と目的とした調査・実験のことである。AMAの定義では、「情報を使ってマーケットと消費者、顧客、大衆を結びつける機能」とされている。マーケティング・リサーチには、これらの目的に必要な情報の特定化、情報収集方法の計画、データ収集プロセスの管理・実行、収集データの分析、発見や示唆の報告といった作業が含まれている。本講義では、前期で学んだ市場調査の基礎を土台にして、実際に調査テーマを決定して、実査を行う。自ら調査を行うことにより、マーケティングをより理解し、情報がいかにビジネスの発展に影響するかを知る。

【授業の展開計画】

- 1・2週目 演習オリエンテーション
- 3・4週目 調査票設計
- 4・5週目 質問表作成
- 6・7週目 実査開始
- 7・8週目 実査
- 9・10週目 集計・分析
- 11・12週目 報告書作成
- 13・14週目 調査結果プレゼンテーション

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 事前にテキストを読んてくること。
- (3) 提出物を〆切を過ぎて出した者は減点、あるいは点数無し。
- (4) 授業中のおしゃべりは、他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらう。
- (5) マーケティング論を履修あるいは履修中の者のみ受け付ける。

【評価方法】

期末試験（20%）、豆テスト（10%）、レポート（55%）、出席（15%）を総合的に評価する。これらの4要因以外にも「積極的発言」、「受講態度」等も考慮される。

【テキスト】

テキストは最初の授業で指定する。

【参考文献】

- ①現代マーケティングの構図：嵯峨野書院
- ②コトラーのマーケティング思考法：東洋経済

市場調査総論

担当教員 宮森 正樹

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

市場調査とはマーケティング活動の支援と目的とした調査・実験のことである。AMAの定義では、「情報を使ってマーケティングと消費者、顧客、大衆を結びつける機能」とされている。マーケティング・リサーチには、これらの目的に必要な情報の特定化、情報収集方法の計画、データ収集プロセスの管理・実行、収集データの分析、発見や示唆の報告といった作業が含まれている。本講義では、テキストを用いて市場調査の基本を学び、後期の市場調査演習での実査にむけた準備を行う。

【授業の展開計画】

- 1・2週目 授業オリエンテーション・市場調査とは
- 3・4週目 調査目的の明確化
- 4・5週目 調査計画策定
- 6・7週目 一次情報と二次情報
- 7・8週目 調査手法 1
- 9・10週目 調査手法 2
- 11・12週目 調査結果の分析
- 13・14週目 まとめ

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 事前にテキストを読んてくること。
- (3) 提出物を〆切を過ぎて出した者は減点，あるいは点数無し。
- (4) 授業中のおしゃべりは，他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらう。
- (5) マーケティング論を履修あるいは履修中の者のみ受け付ける。

【評価方法】

期末試験（60%），豆テスト（10%），レポート（15%），出席（15%）を総合的に評価する。これらの4要因以外にも「積極的発言」，「受講態度」等も考慮される。

【テキスト】

テキストは最初の授業で指定する。

【参考文献】

- ①現代マーケティングの構図：嵯峨野書院
- ②コトラーのマーケティング思考法：東洋経済

商業史

担当教員 河田 賢一

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義は、商学概論で学んだ内容を基礎とし、流通・商業の歴史について学んでいきます。流通・商業の歴史を年代ごとに見ていった場合、同年代に他業態（業界）の動きがあり、ひとつひとつを体系的に学んでゆくことができません。そこで本講義においてはひとつひとつの業態（業界）の歴史について学んでいきます。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	日本の流通システムの特質①
3	日本の流通システムの特質②
4	百貨店の日本的展開とマーケティング①
5	百貨店の日本的展開とマーケティング②
6	百貨店の日本的展開とマーケティング③
7	スーパーの日本的展開とマーケティング①
8	スーパーの日本的展開とマーケティング②
9	スーパーの日本的展開とマーケティング③
10	コンビニエンスストアの日本的展開とマーケティング①
11	コンビニエンスストアの日本的展開とマーケティング②
12	コンビニエンスストアの日本的展開とマーケティング③
13	生活協同組合の日本的展開とマーケティング①
14	生活協同組合の日本的展開とマーケティング②
15	講義のまとめ 16回目：期末試験
16	

【履修上の注意事項】

他学科の学生の履修も歓迎します。

【評価方法】

期末試験（70％）、出席点および受講態度（30％）

【テキスト】

マーケティング史研究会編『日本流通産業史 ―日本的マーケティングの展開―』同文館出版、2001年

【参考文献】

消費者行動演習

担当教員 原田 優也

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

消費者行動概論に引き続き、応用編として、沖縄県内のビジネス市場を対象に、消費者行動論の視点から消費者の意思決定や行動を解釈し、具体的かつ有効なマーケティング戦略を立案することを目指します。県内の消費者行動に関する事例を紹介するので、これについて整理し分析したうえで、商品・サービスの開発や改善に関する具体案を提示してもらいます。また、事例に関して関連情報を調査し、まとめてもらうことで、消費者行動を理解するために必要な知識を高めてもらいます。

【授業の展開計画】

- (1) オリエンテーション
- (2) 消費者を取り巻く環境 (1)
- (3) 消費者を取り巻く環境 (2)
- (4) ブランドと消費者行動 (1)
- (5) ブランドと消費者行動 (2)
- (6) ブランドと消費者行動 (3)
- (7) ケース・スタディー分析 (1)
- (8) ケース・スタディー分析 (2)
- (9) ケース・スタディー分析 (3)
- (10) プロジェクトの発表 (1)
- (11) プロジェクトの発表 (2)
- (12) プロジェクトの発表 (3)
- (13) プロジェクトの発表 (4)
- (14) プロジェクトの発表 (5)
- (15) レポートの編集作業
- (16) レポートの提出

【履修上の注意事項】

- (1) 本科目は「消費者行動概論」と連続したプログラムを組んでいる。消費者行動概論で理論の学習→消費者行動演習で実習プロジェクトを行うので、「消費者行動概論」とセットで登録することが望ましい。
- (2) 出席を重視し、積極的に学ぶ姿勢が必要である。
- (3) 講義回数数の3分の1以上を欠席した場合は、不合格とするので注意すること。
- (4) 授業中の携帯電話、飲食、私語、迷惑行為等は教室から退出させ再入室させない。

【評価方法】

課題の報告内容 (50%) ・出席および受講態度 (50%) などで総合的に評価する。

【テキスト】

杉本徹雄(1999)「消費者理解のための心理学」福村出版

【参考文献】

- ①清水聡(2000)「新しい消費者行動」千倉書房
- ②必要に応じて講義中に紹介します。

消費者行動概論

担当教員 原田 優也

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

1) 今日、複雑化している消費者行動と購買意思決定に関してより統合的な理解を目指し、これに基づき効果的なマーケティング戦略を提案できる能力を身につけることを目標とします。

2) 消費者購買意思決定に関係する個人的内面的な要因（例、個人特性、関与、モチベーション、学習、知覚）と外的要因（例、文化、対人・集団・家族）に関して基本的な知識や考え方を学び、具体例を調査することで、消費者行動に対する理解を深めます。

【授業の展開計画】

- (1) ガイダンス（第1回目の授業で関心や学習歴などを調査し受講生を決定するで、必ず出席すること。）
- (2) 消費者行動の定義と概念
- (3) 消費者行動研究の発展過程/グループ・プロジェクトの決定
- (4) 購買意思決定プロセス(購買前)と消費者の情報処理①
- (5) 購買意思決定プロセス(購買前)と消費者の情報処理②
- (6) 購買意思決定プロセス(購買後)と消費者の情報処理③
- (7) 消費者の外的要因①
- (8) 消費者の外的要因②
- (9) 消費者の外的要因③
- (10) 消費者個人の内的要因①
- (11) 消費者個人の内的要因②
- (12) 消費者個人の内的要因③
- (13) 消費者個人の内的要因④
- (14) Eコマースと消費者満足
- (15) 消費者不満足と消費者のクレーム意思決定（自動車産業）
- (16) 期末試験とレポートの提出

【履修上の注意事項】

(1) この科目は「消費者行動演習」と連続したプログラムを組んでいる。消費者行動概論で理論の学習→演習で実習プロジェクトを行うので、「消費者行動演習」とセットで登録することが望ましい。

(2) 出席を重視し、積極的に学ぶ姿勢が必要である。

(3) 講義回数数の3分の1以上を欠席した場合は、不合格とするので注意すること。

(4) 授業中の携帯電話、飲食、私語、迷惑行為等は教室から退出させ再入室させない。

【評価方法】

課題の報告内容（50%）・出席および受講態度（50%）などで総合的に評価する。

【テキスト】

杉本徹雄(1999)「消費者理解のための心理学」福村出版

【参考文献】

清水聡(2000)「新しい消費者行動」千倉書房

人的資源管理論 I

担当教員 岩橋 建治

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

人的資源管理の概念、歴史、基本問題を理解するとともに、これらが近年どのように変化しつつあるのかを検討する。今日の人的資源管理において見られる、さまざまなヒューマングループをとりあげ、そこでの問題を明らかにしていく。さらに、人的資源管理の諸制度とその動向を学ぶことで、従業員たちがよりよく働けるようになるための考え方の枠組を提示していく。

【授業の展開計画】

1. 人的資源管理とは
 - (1) 人的資源管理の概念
 - (2) 人的資源管理の歴史
 - (3) 人的資源管理の基本問題
2. 人的資源パラダイムの変化
 - (1) 年功的労務管理の終焉？
 - (2) 新しい労働者グループの台頭
3. ヒューマングループと人的資源管理
 - (1) 女性労働者
 - (2) 非典型的雇用者
 - (3) 高齢者
 - (4) 技術者
4. 人事労務管理制度とその変化
 - (1) 雇用管理
 - (2) 労使関係
5. 中間レポートの報告

【履修上の注意事項】

この授業では受講生の発言を求める機会が多い。また、人的資源管理論Ⅱとあわせて受講することを推奨する。

【評価方法】

期末試験（80%）、中間レポート（20%）

【テキスト】

奥林康司 編著（2003）『入門 人的資源管理』中央経済社。
加えて、適宜プリント配布。

【参考文献】

適宜紹介する。

人的資源管理論 II

担当教員 岩橋 建治

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

人的資源管理の諸制度とその動向を検討し、職場におけるヒトの働きに関する諸理論を学ぶことで、組織のなかの人間行動への理解を深める。人間関係はなぜ重要なのか、どうすれば働く気になるのか、効果的なリーダーシップとはどのようなものか、人々を統合する企業理念とはいかなるものか、個人と組織との一体化にはどのような長所と短所があるのか、そして組織への愛着と誇りはいかにして生まれるのか、などのような問いについて考えていく。

【授業の展開計画】

1. 人事労務管理制度とその変化
 - (1) 賃金
 - (2) 昇進管理
 - (3) キャリアと人材育成
 - (4) ワーク・ライフ・バランス
2. 職場におけるヒトの働き
 - (1) 働く動機づけ（モチベーション）
 - (2) リーダーシップ
 - (3) 組織文化
 - (4) 組織学習
 - (5) チームワーク
3. 中間レポートの報告

【履修上の注意事項】

人的資源管理論 I とあわせて受講することを推奨する。

【評価方法】

期末試験（80%）、中間レポート（20%）

【テキスト】

奥林康司 編著（2003）『入門 人的資源管理』中央経済社。
加えて、適宜プリント配布。

【参考文献】

適宜紹介する。

販売管理論

担当教員 河田 賢一

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期・後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義は基本的に販売士3級の資格取得を目指す学生向けの講義です。本学卒業生の2人に1人は販売に関連する仕事（製造業、卸売業、小売業、サービス業）に就いています。そこで本講義は本年7月および来年2月におこなわれる販売士3級の資格試験に向けた受験対策として、同資格のテキストを利用して講義をおこないます。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容	
1	ガイダンス	
2	小売業の類型①	
3	小売業の類型②	
4	小売業の類型③	
5	小売業の類型④	
6	マーチャンダイジング①	
7	マーチャンダイジング②	
8	マーチャンダイジング③	
9	ストアオペレーション①	
10	ストアオペレーション②	
11	マーケティング①	
12	マーケティング②	
13	販売・経営管理①	
14	販売・経営管理②	
15	講義のまとめ	16回目：期末試験
16		

【履修上の注意事項】

前期、後期ともに同じ内容の講義をおこないます。
 前期の履修者が多い場合には抽選をおこないます。
 販売士資格取得を目指す学生の迷惑となるため私語は慎んでください。

【評価方法】

期末試験（100%）

【テキスト】

日本商工会議所・全国商工会連合会編『販売士検定試験3級ハンドブック（5冊組）』キャリアック、2004年

【参考文献】

東京スクール・オブ・ビジネス監修『1回で合格！ 販売士3級テキスト&問題集』成美堂出版、2009年

ビジネス実務総論

担当教員 岩橋 建治

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 通年

授業形態 一般講義

単位数 4.0

【授業のねらい】

ビジネス実務の全体像を把握するとともに、その能力を高める。前期では、実務のさまざまな場面において求められている考え方やノウハウを学びながら、ビジネス実務の全体像をつかむ。後期では、企業の採用試験などで使用されている問題の演習をつうじて、実務において必要不可欠とされている思考力、判断力などの基礎能力を高める。

【授業の展開計画】

<前期>

1. ビジネス実務とは何か
2. 個人業務とマネジメント
3. 協働業務とマネジメント
4. ビジネス実務をささえる個人業務の基本とノウハウ
5. ビジネス実務をささえる協働業務の基本とノウハウ
6. これからのビジネスとビジネスワーカー

<後期>

1. 一般常識
2. 言語能力
3. 計数能力
4. 論理能力
5. 性格適正とキャリア選択

【履修上の注意事項】

通年科目のため、前期の評価結果が一定の点数未満の場合、結果的にそこで足切りとなってしまうため注意。

【評価方法】

出席日数を重視したうえで、前期に実施する課題・試験が50%、後期に実施する課題・試験が50%

【テキスト】

森脇道子 編 (2000) 『ビジネスシリーズ ビジネス実務総論』実教出版。

【参考文献】

適宜紹介する。

ビジネス特別講義

担当教員 原田 優也・他（非常勤教員）

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考 コース共通科目

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義は、日本国のIT施策、および沖縄県内の企業で意志決定を担っている方々からビジネスやマーケティングについての講義を行います。そして、日本国、沖縄県内外でのビジネス戦略について、本学の学生に知ってもらうことを主たる目的としています。具体的には、沖縄県内におけるそれぞれのビジネス戦略について講義していただくとともに、ビジネスに関わる数々の問題点等を現場の立場から学生に直接伝えていただくことで、社会に出る前の学生の本分を再確認してもらいます。

【授業の展開計画】

本講義の概要は、下記12の個別講座（1～2コマ）を総計して15コマ（順不同）から構成されます。

- (1) オリエンテーション（沖縄国際大学企業システム学科 原田優也）
- (2) 総務省のIT施策について（総務省沖縄総合通信事務所 総括調整官 津幡岳弘）
- (3) 沖縄から世界へ（株式会社レキサス 代表取締役 比屋根隆）
- (4) スマートフォンと音楽コンテンツビジネス（株式会社レキサス 当真大地）
- (5) 沖縄のIT産業について（株式会社OCC 比嘉 良行）
- (6) ビジネスと人材（クオリサイトテクノロジーズ株式会社 管理部部長 松村隆之）
- (7) アジアカラウドプラットフォーム事業について（沖縄クロスヘッド 営業部部长 渡嘉敷唯昭）
- (8) 沖縄の映像を沖縄県内外へ（株式会社シネマ沖縄 代表取締役 末吉真也）
- (9) 沖縄発、映像コンテンツの可能性（株式会社シュガートレイン 社長 井手裕一）
- (10) マスメディアから見た沖縄県内のビジネス（琉球新報社 経済部部长 普久原 均）
- (11) 沖縄のIT産業の状況と人材確保・育成について（沖縄IT人材育成協議会 茶谷友以）
- (12) 課題（沖縄国際大学企業システム学科 原田優也）

【履修上の注意事項】

国・沖縄県の第一線で活躍されておられる方々による講義なので、社会情勢や技術革新などの外的要因で講義の順序、講師、及びコマ数や講義内容を変更することがあります。

【評価方法】

受講状況と提出物を総合的に評価（場合により、小テスト・レポートなどを行う）

【テキスト】

プリント

【参考文献】

講師を勤める方々の国・沖縄県・企業のホームページ等。

プログラミング演習 A

担当教員 又吉 光邦

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義では、コンピュータの基本的な処理について学び、単利計算や複利計算のプログラム作成を通して、プログラミングについて理解を深めてもらうことを目的とする。

【授業の展開計画】

人の行う情報処理は、(1) 順次処理、(2) 反復処理、(3) 分岐処理の3つで構成されている。プログラミング言語もこれら3つの処理をもち、ソフトウェアとして形になる。本講義ではこれらについて、プログラミング言語Javaを用いて学習する。

週	授 業 の 内 容
1	プログラミングとは。
2	Javaとそのプログラミングについて。
3	順次処理のプログラム作成Ⅰ（文字の表示とキーボードからの外部入力）
4	順次処理のプログラム作成Ⅱ（計算とその結果の表示）
5	順次処理のプログラム作成Ⅲ（消費税の計算、外国為替レートの計算）
6	反復処理Ⅰ（順次処理で作成したプログラムの反復計算：表示）
7	反復処理Ⅱ（順次処理で作成したプログラムの反復計算：計算とその結果）
8	反復処理Ⅲ（順次処理で作成したプログラムの反復計算：消費税、外国為替レートの計算）
9	分岐処理Ⅰ（分岐処理の基本概念：if文）
10	分岐処理Ⅱ（反復処理Ⅲまでで作成したプログラムを改良Ⅰ）
11	分岐処理Ⅲ（反復処理Ⅲまでで作成したプログラムを改良Ⅱ）
12	じゃんけんのプログラム作成Ⅰ（プログラミングのまとめⅠ）
13	じゃんけんのプログラム作成Ⅱ（プログラミングのまとめⅠ）
14	じゃんけんのプログラム作成Ⅲ（プログラミングのまとめⅠ）
15	テスト
16	

【履修上の注意事項】

課題提出は、評価対象として大きなウェートを占めます。

【評価方法】

課題、試験。

【テキスト】

やさしいJava・高橋麻奈・ソフトバンク

【参考文献】

Javaに関する書籍、Webページ。

簿記演習Ⅱ

担当教員 鶴池 幸雄

配当年次 2年

単位区分 選択

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

商業簿記Ⅱ、工業簿記、原価計算の講義で学修した簿記の知識をより実践的な形での理解を目指します。具体的には、日本商工会議所簿記検定試験2級と同等の理解と実践力を身につけることを目標とします。また、本講義にて身につけた応用力等により、検定受検を推奨します。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス等
2	伝票会計
3	帳簿組織Ⅰ
4	帳簿組織Ⅱ
5	本支店会計と財務諸表
6	工業簿記の基礎
7	個別原価計算の応用Ⅰ
8	個別原価計算の応用Ⅱ
9	総合原価計算の応用
10	標準原価計算の応用
11	直接原価計算とC・V・P分析
12	総合テストⅠ
13	総合テストⅡ
14	総合テストⅢ
15	総合テストⅣ
16	

【履修上の注意事項】

商業簿記Ⅰ、Ⅱ、工業簿記Ⅰは履修済みであること。
会計学Ⅰ、Ⅱも受講していることが望ましい。

【評価方法】

講義への出席、小テストを最低条件とし、総合テストの成績によって評価します。

【テキスト】

講義開始時に指示する

【参考文献】

マーケティング演習

担当教員 宮森 正樹

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

消費者が新しいパソコンを買いだいたいと思ったとき、どこでそれを売っているのか、いくらなのか、機能は満足できるかなどの疑問が頭をよぎる。新聞やテレビなどのマスコミを活用した広告に接し、新製品発表会などに行って商品を確認し、店員の販売努力で購入する気持ちがおき、そして消費者が購入できる価格設定であれば、消費者の疑問は解消されて、実際の購買行動に移っていくであろう。こうした、消費者が望んでいるものを生産者から最終的にそれを必要としている消費者の所まで届ける企業活動を、マーケティングという。

【授業の展開計画】

このクラスでは、マーケティングの定義を学び、顧客ニーズの重要性を発見し、その為の情報の活用を研究する。また、消費者のためにどのような製品を作ればよいのか、顧客に商品を届けるためにはどのような流通経路を構築した方がよいか、いくらで売るか、そして、消費者とどのようにコミュニケーションするかなどを具体的に沖縄県の事例を交えて講義を行う。

- 1・2 週目 製品計画
- 3・4 週目 価格決定
- 5・6 週目 営業とプロモーション
- 7・8 週目 マーケティングチャネル
- 9・10 週目 マーケティングの新しい課題
- 11・12週目 プロジェクト
- 13・14週目 プロジェクト

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 事前にテキストを読んてくること。
- (3) 提出物を〆切を過ぎて出した者は減点、あるいは点数無し。
- (4) 授業中のおしゃべりは、他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらおう。
- (5) 日本商工会議所主催小売業販売士検定試験の受験を奨励する。

【評価方法】

期末試験 (65%) , 豆テスト (10%) , レポート (10%) , 出席 (15%) を総合的に評価する。これらの4要因以外にも「積極的発言」, 「受講態度」等も考慮される。

【テキスト】

現代マーケティングの構図：嗟峨野書院

【参考文献】

- ①コトラーのマーケティング入門 (フィリップ・コトラー著) ピアソンエデュケーション
- ②マーケティング・マネジメント (フィリップ・コトラー著) 東海大学出版
- ③マーケティング理論と実際 (田内幸一監修) TBSブリタニカ

マーケティング演習

担当教員 河田 賢一

配当年次 2年

単位区分 選択

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

本講義は、学生の皆さんにとってなじみのあるコンビニエンスストアについて学んでいきます。コンビニエンスストアについて学ぶことで流通業界全体の仕組みを理解することを目的とします。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	報告・討論
3	報告・討論
4	報告・討論
5	報告・討論
6	報告・討論
7	報告・討論
8	報告・討論
9	報告・討論
10	報告・討論
11	報告・討論
12	報告・討論
13	報告・討論
14	報告・討論
15	報告・討論 16回目：講義のまとめ
16	

【履修上の注意事項】

本講義は演習形式にておこなうため、講義時における積極的な発言を求めます。

他学科の学生の履修も歓迎します。

演習形式でおこなうため、企業システムの学生で私の担当講義への出席率が低い学生については履修を認めないこともあります。

【評価方法】

出席点および受講態度（50%）、報告内容（30%）、レポート（20%）

【テキスト】

根城 泰『図解入門業界研究 最新コンビニ業界の動向とカラクリがよ〜くわかる本（第2版）』秀和システム、2008年

【参考文献】

マーケティング管理論

担当教員 原田 優也

配当年次 2年

単位区分 選択

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

- (1) マーケティングに関する基礎知識を習得すること。
- (2) 効果的なマーケティング戦略（商品・客層・市場調査・4Psなど）を計画し立案するなどのマーケティング諸活動に関する管理能力を身につけることを目指します。

【授業の展開計画】

- 1) オリエンテーション
- 2) マーケティング管理プロセスとは
- 3) 課題研究の選定とプロジェクト・チームの決定
- 4) 調査方法、文献・資料収集の方法
- 5) 課題発表と討論
- 6) 課題発表と討論
- 7) 課題発表と討論
- 8) 課題発表と討論
- 9) 課題発表と討論
- 10) 課題発表と討論
- 11) 課題発表と討論
- 12) 課題発表と討論
- 13) 課題発表と討論
- 14) 課題発表と討論
- 15) 課題レポートの編集作業
- 16) 課題レポートの提出

【履修上の注意事項】

出席を重視し、積極的に学ぶ姿勢が必要である。

【評価方法】

課題の報告内容（50%）・出席および受講態度（50%）などで総合的に評価する。

【テキスト】

恩蔵直人監修（1999年）『コトラーのマーケティング入門 第4版』ピアソン・エデュケーション

【参考文献】

必要に応じて講義中に紹介します。

マーケティング情報処理 I

担当教員 原田 真知子

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

情報の時代が到来し、マーケティング領域においてもデータを読み判断する能力が問われている。この授業は、膨大なデータから価値ある情報を読み取り、論理的思考に基づく意思決定能力を修得することを最終目標とし、データ分析の理論的基礎と分析技法について分析ソフトを操作しながら実践的に学ぶ。データの扱い方から分析結果の報告までの計量的分析の各段階をI、IIの30回に分けて説明する。Iはデモグラフィックスの手法、調査データの種類と分析準備、データの要約と探索的分析などの項目が理解でき、分析が行えるレベルを目指す。

【授業の展開計画】

はじめに、デモグラフィックスと呼ばれるビジネス人口統計学のなかから3つの分析手法を選び、マーケット分析実習を行う。表計算ソフトと集計データの活用法、テキスト・データの扱い方、事象の測定法などのデータ分析の基本を学ぶ。次に、統計解析ソフト「SPSS」を動かしながらアンケート調査データの種類や加工などの方法を学ぶ。さらに、データ分析の理論的基礎となる記述統計学から推定・検定の考え方までを、ビジュアル教材を用いてわかりやすく説明する。講義はすべてデータ分析実習をとまなう。

- 1 オリエンテーション（概要と授業の受け方）、マーケティング・データ分析の適用例
- 2 Excelで学ぶデモグラフィックス(Demographics) 1： 出店計画にいかす商圏の設定と分析
- 3 デモグラフィックス 2： 製品カテゴリー普及過程の観察
- 4 SPSSによる調査データ分析 1： データの種類と尺度
- 5 調査データ分析 2： データの入力と加工
- 6 調査データ分析 3： データの記述（代表値とばらつき）
- 7 調査データ分析 4： 度数分布表とヒストグラム
- 8 調査データ分析 5： 推定・検定の考え方（1）
- 9 調査データ分析 6： 推定・検定の考え方（2）
- 10 事例紹介： 趣向の差異とブランドのパッケージ、ほか
- 11 調査データ分析 7： クロス集計表と分析
- 12 調査データ分析 8： 相関から回帰へ（1）
- 13 調査データ分析 9： 相関から回帰へ（2）
- 14 事例紹介：顧客満足度分析、製品使用頻度の差異
- 15 まとめと今後の学習指針（マーケティング情報処理IIへの展望）
- 16 レポート提出： データ分析レポートの提出と評価

【履修上の注意事項】

1) 第1回目の授業で関心や学習意欲などを調査し受講生を決定するで、必ず出席すること。2) 分析ソフトを用いた統計解析という専門性を修得するには、学習の積み重ねが必要である。できるだけ欠席はしないこと。遅刻は厳禁とする。3) Excelで集計表を作成した経験があることが望ましい。高度な数学知識がなくともよい。意欲と関心を持って最後まで取り組める人を歓迎する。4) 講義用ウェブサイト内電子掲示板にて質問への回答や補足説明を行うので、定期的にサイトにアクセスし目を通してほしい。

【評価方法】

授業への参加姿勢（30%）、データ分析課題の提出と内容評価（70%）とを勘案し、総合的に評価する。講義回数3分の1以上を欠席した場合は、不合格とするので注意すること。

【テキスト】

特に指定はない。プリントを配布する。また、実習用データと解答・解説、補足資料を講義用ウェブサイトに随時更新していくので、その都度各自でダウンロードし使用する。

【参考文献】

Groebner, D. F. et al. "Business Statistics" Prentice Hall. Malhotra, N. K. "Marketing Research: An Applied Orientation" Prentice Hall. 田淵正則『SPSSで学ぶ調査形データ解析』東京図書。

マーケティング情報処理 II

担当教員 原田 真知子

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

この授業は、膨大なデータから価値ある情報を読み取り、論理的思考に基づく意思決定能力を修得することを最終目標とし、マーケットや消費者行動の分析法について分析ソフトを操作しながら実践的に学ぶ。調査データの計量的分析から解釈、報告書の作成までのプロセスを集中的に学ぶ。マーケティング情報処理Iの学習で積み上げた統計的知識や分析テクニックを、事例ごとに紹介するより高度なデータ分析へと発展させる。＜知識・パターン・法則性＞に基づく意思決定のダイナミックな面白さを感じてほしい。

【授業の展開計画】

はじめに、統計解析ソフト「SPSS」を動かしながら、仮説検定（標本と母集団、推測と検定）の考え方と分析手順を学ぶ。これは、MJIで学んだSPSSの基本操作や分析のためのデータ加工法の復習を兼ねている。次に、マーケティング計画によく用いられる量的データの分析法（多変量解析諸技法）について、ケース・スタディを通して学ぶ。最後に、グループによるリサーチ・プロジェクトの発表会を行い、分析からプレゼンテーションまでの手順を学ぶ。

＊ ＊卒論などのデータ分析にいかせるよう、分析計画と手法の選択、解釈上陥りやすい誤りなどについても説明する。

1 授業の概要と受け方、マーケティング・データ分析の事例紹介（車、化粧品、ドラッグストアなど）

2 データ分析のための基礎知識 1： 仮説検定の考え方と手順（1）

3 データ分析のための基礎知識 2： 仮説検定の考え方と手順（2）、データ解析戦略とは

4 分析事例 1： 分散分析による販売促進効果の測定 ー基本的考え方ー

5 分析事例 1： 分散分析による販売促進効果の測定 ー比較実験と交互作用ー

6 分析事例 2： 重回帰分析による市場性の予測 ー基本的考え方ー

7 分析事例 2： 重回帰分析による市場性の予測 ー売上高変動の説明と予測ー

8 分析事例 3： ロジスティック回帰分析による市場反応の測定 ーブランド選択モデルの紹介ー

9 分析事例 4： クラスタ分析によるベネフィット・セグメンテーション ー基本的考え方ー

10 分析事例 4： クラスタ分析によるベネフィット・セグメンテーション ー消費者のグループ分けー

11 分析事例 5： 因子分析によるブランドの知覚マップ ー基本的考え方ー

12 分析事例 5： 因子分析によるブランドの知覚マップ ー知覚マップ作成ー

13 データ分析のまとめ、報告書とプレゼンテーションの重要性とガイドライン

14 リサーチ・プロジェクトの準備 1

15 リサーチ・プロジェクトの準備 2

16 リサーチ・プロジェクトの発表会（プレゼンテーションと評価）

【履修上の注意事項】

1) 第1回目の授業で関心や学習暦などを調査し受講生を決定するで、必ず出席すること。2) 分析ソフトを用いた統計解析という専門性を修得するには、学習の積み重ねが必要である。できるだけ欠席はしないこと。遅刻は厳禁とする。3) Excelで集計表を作成した経験があることが望ましい。高度な数学知識がなくともよい。意欲と関心を持って最後まで取り組める人を歓迎する。4) 講義用ウェブサイト内電子掲示板にて質問への回答や補足説明を行うので、定期的にサイトにアクセスし目を通してほしい。

【評価方法】

授業への参加姿勢（30%）、データ分析実習の提出（30%）と発表（40%）とを勘案し、総合的に評価する。講義回数の3分の1以上を欠席した場合は、不合格とするので注意すること。

【テキスト】

特に指定はない。プリントを配布する。また、実習用データと解答・解説、補足資料を講義用ウェブサイトに随時更新していくので、その都度各自でダウンロードし使用する。

【参考文献】

Malhotra, Naresh K., "Marketing Research, An Applied Orientation," Prentice Hall. 田淵正則『SPSSで学ぶ調査系データ解析』東京図書. 朝野照彦『入門 多変量解析の実際』講談社

マーケティング総論

担当教員 原田 優也

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

クラスは、主に、(1) レクチャーによるマーケティングの基本の学習、(2) ビデオなどのビジュアル教材をとおした基本知識の発展的学習、(3) グループ・プロジェクトによる実践的なマーケティングの修得、からなる。

【授業の展開計画】

- (1) オリエンテーション
- (2) マーケティングとは何か
- (3) マーケティングの概念と発展
- (4) マーケティング環境1
- (5) マーケティング環境2
- (6) 市場細分化1
- (7) 市場細分化2
- (8) マーケット・ターゲティングとポジショニング1
- (9) マーケット・ターゲティングとポジショニング2
- (10) 消費者行動とマーケティング1
- (11) 消費者行動とマーケティング2
- (12) マーケティング・ミックス戦略1
- (13) マーケティング・ミックス戦略2
- (14) マーケティング・ミックス戦略3
- (15) マーケティング・ミックス戦略4
- (16) 報告書の提出

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視し、積極的に学ぶ姿勢が必要である。
- (2) 事前にテキスト・資料などを読む。
- (3) 授業中の携帯電話、飲食、私語、迷惑行為等は教室から退出させ再入室させない。
- (4) 出席回数が全授業回数数の2/3に満たない場合は単位を与えない。

【評価方法】

課題の報告内容（50%）・出席および受講態度（50%）などで総合的に評価する。

【テキスト】

恩蔵直人監修（1999年）『コトラーのマーケティング入門 第4版』ピアソン・エデュケーション

【参考文献】

必要に応じて講義中に紹介します。

マーケティング総論

担当教員 河田 賢一

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

テレビCMを見てもわかるように企業は様々なマーケティングを展開しています。近年は非営利組織においてもマーケティングの重要性が認識されてきています。当講義においては、マーケティングの基本的な知識を取得することを目的とします。テキストには企業の事例が豊富に載っていて、学びやすくなっています。

【授業の展開計画】

- 1 ガイダンス
- 2 マーケティング発想の経営
- 3 マーケティング論のなりたち
- 4 マーケティングの基本概念
- 5 戦略的マーケティング
- 6 製品のマネジメント
- 7 価格のマネジメント
- 8 広告のマネジメント
- 9 チャネルのマネジメント
- 10 サプライチェーンのマネジメント
- 11 営業のマネジメント
- 12 顧客関係のマネジメント
- 13 顧客理解のマネジメント
- 14 ブランド構築のマネジメント
- 15 講義のまとめ
- 16 期末試験

【履修上の注意事項】

他学科の学生の履修も歓迎します。

【評価方法】

出席点および受講態度（30％）、期末試験（70％）

【テキスト】

石井淳蔵・廣田章光『1からのマーケティング（第3版）』碩学舎、2009年

【参考文献】

マーケティング総論

担当教員 宮森 正樹

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

消費者が新しいパソコンを買いだいたいと思ったとき、どこでそれを売っているのか、いくらなのか、機能は満足できるかなどの疑問が頭をよぎる。新聞やテレビなどのマスコミを活用した広告に接し、新製品発表会などに行って商品を確認し、店員の販売努力で購入する気持ちがおき、そして消費者が購入できる価格設定であれば、消費者の疑問は解消されて、実際の購買行動に移っていくであろう。こうした、消費者が望んでいるものを生産者から最終的にそれを必要としている消費者の所まで届ける企業活動を、マーケティングという。

【授業の展開計画】

このクラスでは、マーケティングの定義を学び、顧客ニーズの重要性を発見し、その為の情報の活用を研究する。また、消費者のためにどのような製品を作ればよいのか、顧客に商品を届けるためにはどのような流通経路を構築した方がよいか、いくらで売るか、そして、消費者とどのようにコミュニケーションするかなどを具体的に沖縄県の事例を交えて講義を行う。

- 1・2 週目 マーケティング意義
- 3・4 週目 マーケティングの展開
- 5・6 週目 マーケティング環境
- 7・8 週目 マーケティングリサーチ
- 9・10 週目 消費者行動
- 11・12週目 データ分析
- 13・14週目 マーケティングミックス

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 事前にテキストを読んてくること。
- (3) 提出物を〆切を過ぎて出した者は減点、あるいは点数無し。
- (4) 授業中のおしゃべりは、他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらおう。
- (5) 日本商工会議所主催小売業販売士検定試験の受験を奨励する。

【評価方法】

期末試験（65%）、豆テスト（10%）、レポート（10%）、出席（15%）を総合的に評価する。これらの4要因以外にも「積極的発言」、「受講態度」等も考慮される。

【テキスト】

現代マーケティングの構図：嗟峨野書院

【参考文献】

- ①コトラーのマーケティング入門（フィリップ・コトラー著）ピアソンエデュケーション
- ②マーケティング・マネジメント（フィリップ・コトラー著）東海大学出版
- ③マーケティング理論と実際（田内幸一監修）TBSブリタニカ

労働経済学

担当教員 喜屋武 臣市

配当年次 2年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

企業は財とサービスを生産し、利益を得るために、資本市場から資本を調達し、労働市場から労働力を確保する。労働が派生需要とよばれるゆえんであり、その動きは労働の量と質を左右し、人々の仕事と暮らしのありようを規定する。いわゆる「派遣村」もその一断面である。経済大国日本では、過去のものであった筈の「貧困」「格差」「不平等」が、今日、生活苦、教育苦、自殺苦などのような身に迫る課題となっている。この講義では、人々の仕事と暮らしを規定する労働とその成果について、足下の沖縄も採り上げながら労働経済学を基軸に考察する

【授業の展開計画】

- | | | | |
|------|------------------------|------|------------|
| 第1回 | 現代労働の潮流 | 第11回 | 離職・転職と雇用の質 |
| 第2回 | 人的資本投資としての大学進学 | 第12回 | 賃金構造 |
| 第3回 | 大卒の求人・求職行動とその説明理論 | 第13回 | 賃金体系 |
| 第4回 | 労働力需給の特性 | 第14回 | 所得格差とその計測 |
| 第5回 | 雇用差別とその説明理論 | 第15回 | 総括的レビュー |
| 第6回 | 失業：どこで、誰が失業しているか | | |
| 第7回 | 失業の種類と失業分析理論 | | |
| 第8回 | 不完全就業・非正規労働の特性 | | |
| 第9回 | 不完全就業と沖縄若年層の“県外出稼ぎ労働” | | |
| 第10回 | 不完全就業と“海外労働”としての米軍基地労働 | | |

【履修上の注意事項】

統計学を履修していることが望ましい。

【評価方法】

毎回の所定講義要旨の提出、宿題、および大学が定める出欠席規定にもとづく。

【テキスト】

特に指定しない。適宜、ハンドアウトを配布する。

参考文献 日本労働政策研究・研修機構『ユースフル労働統計』、同『月刊 日本労働研究雑誌』

【参考文献】

G. J. Borjas. Labor Economics (McGRAW-HILL, International editions) .

C. R. McConnell, S. L. Brue. Contemporary Labor Economics (McGRAW-HILL, Int. ed.)

会計監査

担当教員 翁長 良禎

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

初学者に職業的専門家である公認会計士による財務諸表監査とは何かを理解できるように講義をする。近時、企業会計を巡る粉飾やそれを見逃している監査人の責任などが問題にされている。しかし、これらはむしろ例外的事象であって、企業会計の監査は専門家である公認会計士への信頼の上に築かれている社会経済的制度である。そのような監査制度の概略を講述することを通して監査とは何かを明らかにして行く。

【授業の展開計画】

第1週	監査とは何か。	第 9週	監査基準の構成
第2週	ディスクロージャーと会計監査	第10週	リスク・アプローチ
第3週	欧米の監査の歴史	第11週	内部統制と監査
第4週	わが国の監査制度の成り立ち	第12週	監査計画
第5週	証券取引法監査	第13週	監査の実施
第6週	会社法監査	第14週	監査の品質管理
第7週	公認会計士制度	第15週	コーポレート・ガバナンス
第8週	監査基準とは何か		

【履修上の注意事項】

毎回出席を取ります。従って3分の2以上出席していない場合は、期末試験が受けられません。このことは厳格に行いますので注意して下さい。その他にも受講生に対して 2, 3の注文がありますが、登録時にお知らせします。

【評価方法】

期末試験の結果を主とし、出席状況を若干考慮して評価します。

【テキスト】

田中恒夫著『監査論概説』 創成社

【参考文献】

業績管理会計

担当教員 木下 和久

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

会計情報の利用目的を外部報告と内部報告とに大別することで、財務会計と管理会計とに区分できる。本講義では、会計情報の利用目的を内部報告目的とする管理会計のうち、特に業績管理会計を中心に講義を行なう。企業について理解を深めるとともに、実生活において管理会計的思考を行ない、成果を生かせることをめざす。

【授業の展開計画】

管理会計の重要な論点のうち、管理会計の基礎および業績管理会計に関するものを中心に講義を行なう。具体的には、企業管理と企業会計、管理会計の歴史・体系、短期利益計画、予算管理、限界利益、事業部制会計など。受講者の要望や興味のあるところにより柔軟に講義を展開する予定である。積極的な提案・参加を望む。

【履修上の注意事項】

後期の戦略管理会計と関連が深いので、併せて受講することが強く望まれる。

【評価方法】

講義への参加姿勢、レポート、期末テスト等を総合して評価する。

【テキスト】

上総康行『管理会計論』新世社、1993年。

【参考文献】

上総康行・澤邊紀生編著『次世代管理会計の構想』中央経済社、2006年。
加えて、講義の際、適宜指定します。

経営戦略論 I

担当教員 與那原 建

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義では、経営戦略を「競争優位の獲得・持続をめざして、自社がどんな事業を営むかについて、環境適応的に行う、一連の基本的な意思決定や行動」と捉え、経営戦略に関するこれまでの研究成果をふまえながら、①「経営戦略を決定するには、具体的に何を決めなくてはならないのか」、②「競争優位の獲得と持続に貢献する経営戦略とはどのようなものか」という二つの問題を明らかにしていきたい。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	イントロダクション
2	経営戦略とは何か
3	競争優位と事業活動
4	企業の環境適応
5	企業の競争力と経営資源
6	経営戦略の決定と不確実性
7	オーバーエクステンション
8	企業の成長戦略：相乗効果と相補効果
9	全社レベルの戦略と事業レベルの戦略
10	ドメインの定義
11	経営資源の展開-獲得・蓄積
12	経営資源の展開-配分
13	競争戦略の決定
14	ビジネスシステムの決定
15	前期末試験
16	

【履修上の注意事項】

受講生は当然のことながらキチンと講義に出席しなければならない。たまに講義の様子を見にくるといった受講態度では、単位取得は不可能である。ゆえに、経営戦略というテーマに関心のある学生の受講を歓迎したい。

【評価方法】

テスト、小レポート（講義終了後にその日の講義内容について簡単なコメントを提出してもらうことがある）、受講態度を総合して成績評価を行う。

【テキスト】

テキストは使用せず、必要に応じて講義資料を配布する。

【参考文献】

講義の中で、テーマごとに紹介する。

経営戦略論Ⅱ

担当教員 佐渡山 美智子

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

【授業の展開計画】

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

経営分析

担当教員 清村 英之

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

この講義では、会社が公表する会計データの集め方と、その利用の仕方を解説します。具体的には、実際にインターネット等を通じて入手した実際の会社情報（会計データ）を、様々な分析手法を用いて計算し、それを解釈することによって、会計データの使い方を修得します。

なお、会計データの使い方を学ぶためには、その作り方を知らなければならないので、講義前半では会計データの作り方を解説します。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	経営分析の意義
3	会計情報（会計データ）の集め方
4	貸借対照表の見方
5	損益計算書の見方
6	キャッシュ・フロー計算書の見方
7	会社の全体像をつかむ
8	会社の成長性をつかむ
9	会社の収益力をはかる
10	安全な会社の見分け方
11	会社の社会性を読む
12	会社の資金運用力を見る
13	損益分岐点を計算する
14	会社を総合的に評価する
15	期末テスト
16	

【履修上の注意事項】

「商業簿記Ⅰ・Ⅱ」（または「簿記原理Ⅰ・Ⅱ」8単位分）を履修済みの学生しか登録できません。

【評価方法】

出席20%，テスト80%で評価します。

【テキスト】

使用しません。

【参考文献】

森田松太郎『ビジネスゼミナール経営分析入門・第3版』日本経済新聞社。
田中弘『経営分析：会計データを読む技法』中央経済社。

経営分析演習

担当教員 清村 英之

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

この講義では、「経営分析」で学んだ会計データの集め方・利用の仕方を活かして、実際に経営分析を行います。具体的には、受講生各自が分析対象企業を選択し、インターネット等を通じて会社情報（会計データ）を手し、様々な分析手法を用いて計算し、それを解釈し、レポートにまとめます。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	分析企業の選択
3	会社情報（会計データ）の収集
4	会社の全体像をつかむ：平均財務諸表の作成
5	会社の成長性をつかむ：伸び率の計算
6	会社の収益力をはかる①：資本利益率の計算
7	〃 ②：売上高利益率の計算
8	〃 ③：資本回転率の計算
9	安全な会社の見分け方①：短期的な安全性の分析
10	〃 ②：長期安全性の分析
11	会社の社会性を読む：付加価値の計算
12	会社の資金運用力を見る
13	損益分岐点を計算する
14	会社を総合的に評価する
15	レポート提出
16	

【履修上の注意事項】

「経営分析」を履修済みの学生しか登録できません。

【評価方法】

出席20%，レポート80%で評価します。

【テキスト】

使用しません。

【参考文献】

森田松太郎『ビジネスゼミナール経営分析入門・第3版』日本経済新聞社。
田中弘『経営分析：会計データを読む技法』中央経済社。

原価計算 I

担当教員 木下 和久

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

ビジネスにおいて、顧客に製品もしくはサービスを提供する際には、必ずコストが必要となる。そのコストがいくらなのかを計算する原価計算は、原価管理活動、利益管理活動に必要不可欠なものである。本講義では、特に製品の原価に着目し、製品原価がいくらかを把握するために、どうやって計算するかという解説と、どうしてその計算をするのかという理論的な側面を中心に多面的な検討を行なう予定である。

【授業の展開計画】

理論的な解説を中心として講義を進める予定である。必要に応じて計算も行なうことがある。前期の原価計算 I と後期の原価計算 II によって、主な原価計算技法について検討を行なう予定である。原価計算 I では、原価計算の基礎から、材料費・労務費・経費、製造間接費、個別原価計算の学習を目指す。原価計算 II では、総合原価計算、標準原価計算、直接原価計算の学習を目指す。

【履修上の注意事項】

履修に際しては簿記と工業簿記の基礎を理解していることが望ましい。
原価計算 I と原価計算 II の両方を受講することが望ましい。
講義では適宜計算を行なうため、電卓もしくはそろばんを持参すること。

【評価方法】

講義への参加姿勢、小テスト、期末テスト、レポート等を総合して評価する。

【テキスト】

清水孝・長谷川恵一・奥村雅史『入門原価計算〈第2版〉』

【参考文献】

原価計算Ⅱ

担当教員 木下 和久

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

原価計算Ⅰを参照すること

【授業の展開計画】

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

広告論

担当教員 宮森 正樹

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

広告とはアイデア、商品、サービスを広める目的で、特定のスポンサーによって費用負担がなされるあらゆる形態の非人的なプレゼンテーションやプロモーションのことをいう。基本的には不特定多数に向けたメッセージの伝達により、イメージの浸透や行動の促進を目的とするものである。本講義では、広告目的の設定、広告予算の決定、広告戦略の展開、広告の評価等を中心に学ぶ。また、沖縄県における広告の現状を各自が調査して、テキストで学ぶ理論との整合性を確認する。

【授業の展開計画】

- 1・2週目 オリエンテーション，現代企業の広告活動
- 3・4週目 広告とは
- 4・5週目 広告予算の決定
- 6・7週目 広告とマーケティング
- 7・8週目 広告目的
- 9・10週目 広告と媒体
- 11・12週目 広告戦略の展開
- 13・14週目 まとめ

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 提出物を〆切を過ぎて出した者は減点，あるいは点数無し。
- (3) 授業中のおしゃべりは，他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらおう。
- (4) マーケティングを受講すること。

【評価方法】

期末試験（60%），豆テスト（10%），レポート（15%），出席（15%）を総合的に評価する。これらの4要因以外にも「積極的発言」，「受講態度」等も考慮される。

【テキスト】

テキストは最初の授業で指定する。

【参考文献】

- ①現代マーケティングの構図：嵯峨野書院
- ②コトラーのマーケティング思考法：東洋経済

小売流通論 I

担当教員 河田 賢一

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義は、学生の皆さんが日々利用している小売業における大きな変化を様々な現代的な視点から見ていきます。小売業のイノベーションの回ではユニクロ、大手小売業の再編の回ではイオンを取り上げます。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	日本経済の構造変化と流通業①
3	日本経済の構造変化と流通業②
4	小売業のイノベーション①
5	小売業のイノベーション②
6	小売業のイノベーション③
7	小売業のイノベーション④
8	大手小売業の再編①
9	大手小売業の再編②
10	大手小売業の再編③
11	大手小売業の再編④
12	新物流産業の登場①
13	新物流産業の登場②
14	新物流産業の登場③
15	講義のまとめ 16回目：期末試験
16	

【履修上の注意事項】

他学科の学生の履修も歓迎します。

【評価方法】

期末試験（70%）、出席点および受講態度（30%）

【テキスト】

伊藤元重編『新流通産業（日本の産業システム6）』NTT出版、2005年

【参考文献】

小売流通論Ⅱ

担当教員 河田 賢一

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義は、学生の皆さんが日々利用している小売業における大きな変化を様々な現代的な視点から見ていきます。また沖縄県内の小売業についても分析していきます。沖縄県内の小売業についても取り上げるため3年生には就職活動に役立つと思います。コンビニエンスストアの革新の回では、お弁当などの日配商品の廃棄問題についても取り上げます。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	沖縄県内の小売業
3	百貨店はどこへ行くのか①
4	百貨店はどこへ行くのか②
5	百貨店はどこへ行くのか③
6	コンビニエンスストアの革新①
7	コンビニエンスストアの革新②
8	コンビニエンスストアの革新③
9	コンビニエンスストアの革新④
10	戦後の日本における小売業発展のダイナミズム①
11	戦後の日本における小売業発展のダイナミズム②
12	戦後の日本における小売業発展のダイナミズム③
13	外資小売のインパクト①
14	外資小売のインパクト②
15	講義のまとめ 16回目：期末試験
16	

【履修上の注意事項】

他学科の学生の履修も歓迎します。

【評価方法】

期末試験（70%）、出席点および受講態度（30%）

【テキスト】

伊藤元重編『新流通産業（日本の産業システム6）』NTT出版、2005年

【参考文献】

国際関係論

担当教員 安座真 喜松

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

現代は、「国際化」あるいは「相互依存」の時代といわれている。この講義では、第二次大戦後の国際政治経済の歴史や構造について、国際政治学と国際経済学の学際的（言葉を換えて言えば、重なり合う部分の）視点から勉強していこうとするものである。国際関係学の初歩的および基本的なことを勉強する。講義を理解するためには国際関係の専門的な知識を必ずしも必要としない。国際関係論の「入門編」であり、特にこれまで政治学やその他国際関係を専門的に勉強したことのない人を対象としている。

【授業の展開計画】

1. 受講申請表 受理・取り消し
講義紹介および講師紹介
2. 序論 国際関係とは
分析のレベル
無政府状態
3. 国際関係の諸理論
4. 各論 国際社会の活動主体
国家
国際組織
IGO N I G O
国連 多国籍企業
5. EU
6. 国家下位組織
7. 冷戦
8. ベルリン問題（ビデオ）
9. 朝鮮戦争（ビデオ）
10. 冷戦の終焉（ビデオ）
ポーランド民主革命
11. 軍拡*軍縮
12. 米ソミサイル開発競争（ビデオ）
13. 南北問題
人口問題 人口爆発の衝撃（ビデオ）
14. 学期末試験

【履修上の注意事項】

【評価方法】

成績は上記の学期末試験に出席率を加味し次のように決定される。

100-90点「優」、90-80点「良」、80-60点「可」、60点以下「不可」

*ただし、試験の結果が優/良、良/可、可/不可等のボーダーラインある場合は出席率を加味して最終的な成績が与えられる。たとえば、優/良のボーダーラインある場合、出席率が良ければ優となり、そしてそれが悪ければ良となる。

【テキスト】

「はじめて学ぶ国際関係」高瀬淳一著 実務教育出版、1997

【参考文献】

初瀬龍平・他共編「国際関係キーワード」（有斐閣、1997）、他の参考書については授業中に適宜紹介する。

国際経営論 I

担当教員 天野 敦央

配当年次 3年

単位区分 選択

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

年間テーマを「中国経営」とする。本講義は、通年科目（全年科目）合計4.00単位に相当する。外国における経営管理の状況やそこで経営戦略の展開を研究するには、国内経営の研究同様に、体系的に知識把握することが比較的有効であると思われる。たとえば毛栄管理の状況をりかいしたいのであれば、①生産管理、②労働管理、③販売管理、④財務管理、および⑤経営組織といったような諸部分にそって把握していくのである。このことは、どこの国の経済・経営を研究する場合にも、応用できることといえよう。

【授業の展開計画】

本講座では、中国本土（中華人民共和国）の工場管理を例にとり、外国経営研究にとりくんでいく。東側国家や、発展途上国に特有の自称についても言及したい。

週	授 業 の 内 容
1	講義のすすめ方、評価のしかた
2	経営・企業概念
3	外国経営研究
4	中国経営研究
5	経営回復期
6	第1次五カ年計画の時期
7	大躍進の時期
8	経済調整政策の時期
9	文化大革命の時期
10	第4次五か年計画の時期
11	華国鋒政権の時期
12	経済改革政策への着手
13	経済改革の停滞期
14	経済改革・対外開放政策の時期
15	経営管理学説の展開
16	

【履修上の注意事項】

開講時期に支持する。開講日（4月・10月）には必ず出席し、登録手続きを行なってください。本科目は面談による選抜（制限）登録科目です。登録手続きが不備だと登録・採点・評価されることがあります。

【評価方法】

期末試験の評点に、出席点を加味し、最終的な評価を決定する。

【テキスト】

未定

【参考文献】

小川英次ほか（編）『経営学の基礎知識』有斐閣／伊丹敬之ほか『ゼミナール経営学入門』日本経済新聞社／芝川林也（編）『経営学演習』同文館

国際経営論Ⅱ

担当教員 天野 敦央

配当年次 3年

単位区分 選択

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

年間テーマを「中国経営」とする。本講義は、通年科目（全年科目）合計4.00単位に相当する。外国における経営管理の状況やそこで経営戦略の展開を研究するには、国内経営の研究同様に、体系的に知識把握することが比較的有効であると思われる。たとえば毛栄管理の状況をりかいたいのであれば、①生産管理、②労働管理、③販売管理、④財務管理、および⑤経営組織といったような諸部分にそって把握していくのである。このことは、どこの国の経済・経営を研究する場合にも、応用できることといえよう。

【授業の展開計画】

本講座では、中国本土（中華人民共和国）の工場管理を例にとり、外国経営研究にとりくんでいく。東側国家や、発展途上国に特有の自称についても言及したい。

週	授 業 の 内 容
1	経営管理原則
2	内部経営管理組織
3	上級経営管理組織
4	経営管理制度（1）
5	経営管理制度（2）
6	国営工場の生産管理
7	国営工場の労働管理
8	国営工場の販売管理
9	国営工場の財務管理
10	企業形態
11	工場におけるイデオロギー的活動
12	工場における政治活動
13	教材学習（1）
14	教材学習（2）
15	学年末試験
16	

【履修上の注意事項】

開講時期に支持する。開講日（4月・10月）には必ず出席し、登録手続きを行なってください。本科目は面談による選抜（制限）登録科目です。登録手続きが不備だと登録・採点・評価されないことがあります。

【評価方法】

期末試験の評点に、出席点を加味し、最終的な評価を決定する。

【テキスト】

未定

【参考文献】

小川英次ほか（編）『経営学の基礎知識』有斐閣／伊丹敬之ほか『ゼミナール経営学入門』日本経済新聞社／芝川林也（編）『経営学演習』同文館

国際経済学

担当教員 仲地 健

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

世界的に進展している経済活動のグローバル化の現状を把握し、その背後にあるメカニズムを理解するための国際経済学の基礎的理論を学習し習得すること。

【授業の展開計画】

本講義では、経済活動のグローバル化が進展している状況を把握しながら、国際経済学の基礎知識を理論的・実証的に講義する。前半では、国際貿易の基礎理論を中心に講義する。後半では、経済政策の効果について学ぶ。

週	授 業 の 内 容
1	国際経済学とは何か
2	国際貿易と日本の経済成長①
3	国際貿易と日本の経済成長②
4	貿易の基礎理論① 貿易の基本的メカニズム
5	貿易の基礎理論② 比較優位と絶対優位・為替レート調整
6	貿易の基礎理論③ ヘクシャー＝オリーの命題、プロダクト・サイクル理論、雁行形態論
7	貿易政策と経済厚生① 消費者余剰と生産者余剰、輸入関税、輸入割当、
8	貿易政策と経済厚生② 輸出自主規制、輸出税、輸出補助金
9	IS-LM分析① IS曲線の導出
10	IS-LM分析② LM曲線の導出
11	閉鎖経済における財政・金融政策の効果
12	開放経済における財政政策の効果 固定レート・変動レート制度下
13	開放経済における金融政策の効果 固定レート・変動レート制度下
14	まとめ
15	試験
16	

【履修上の注意事項】

【評価方法】

試験結果で評価する。

【テキスト】

使用しない。

【参考文献】

その都度紹介する。

サービス・マーケティング

担当教員 宮森 正樹

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

沖縄県の第三次産業の比率は全国と比較しても高い。それは県内総生産の9割弱を占めるほどになっている。その中のサービス産業もやはり構造的に高い比率を占めており、沖縄におけるサービス企業の重要性を表している。本講義では、サービス企業のマーケティング戦略を中心にテキストを用いて講義を行う。そして沖縄で重要な位置を占めているサービス業の実態を調査しながら、理論と現実を比較検討していく過程でサービスマーケティングに対する理解を深めていく。

【授業の展開計画】

- 1・2週目 授業オリエンテーション・サービスマーケティングとは
- 3・4週目 サービスマーケティングの対象
- 4・5週目 サービス管理の対象と機能
- 6・7週目 サービス管理の業務ポイント
- 7・8週目 サービス戦略
- 9・10週目 サービス実行計画
- 11・12週目 サービス財の価値とサービス評価
- 13・14週目 サービス提供の効果的戦略

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 提出物をメ切を過ぎて出した者は減点，あるいは点数無し。
- (3) 授業中のおしゃべりは，他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらおう。
- (4) マーケティングを受講すること。

【評価方法】

期末試験（60%），豆テスト（10%），レポート（15%），出席（15%）を総合的に評価する。これらの4要因以外にも「積極的発言」，「受講態度」等も考慮される。

【テキスト】

テキストは最初の授業で指定する。

【参考文献】

- ①現代マーケティングの構図：嵯峨野書院
- ②コトラーのマーケティング思考法：東洋経済

サービス・マーケティング

担当教員 親泊 元彦

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

【授業の展開計画】

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

財務会計 I

担当教員 鶴池 幸雄

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

現行の公表会計制度は、企業の一定時点の財政状態や一期間の経営成績並びに資金フローの状態を財務諸表の利用によって外部の利害関係者に報告することを目的としている。このような財務諸表によって企業のどのような活動が写像されているかを理解するためには、企業の資本活動が、会計システムという媒介によって、どのようにとらえられているかを理解することが本講のねらいである

【授業の展開計画】

本講義では、企業が作成する財務諸表について、どのような企業活動が前提にあり、これがどのような考え方に基づいて認識、測定、記録、表示されているかについての学生の理解を深めることにする。そこでは我が国の会計原則の規範である「企業会計原則」を損益計算書を基本とし、当該財務諸表によってもたらされる企業活動情報の総合的な理解を図ることとする。

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	会計主体論
3	会計公準論
4	企業会計原則と会社法
5	企業会計の一般原則 I
6	企業会計の一般原則 II
7	損益計算書概論
8	収益・費用の認識と測定 I
9	収益・費用の認識と測定 II
10	収益・費用の認識と測定 III
11	費用と収益の対応
12	営業損益計算
13	期間業績計算
14	損益計算書総論
15	試験
16	

【履修上の注意事項】

簿記原理Ⅱ、会計学を履修済みであることが望ましい。

【評価方法】

授業への参加姿勢、試験、レポート等を総合的に評価する。

【テキスト】

講義中に指示する

【参考文献】

財務会計Ⅱ

担当教員 鶴池 幸雄

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

現行の公表会計制度は、企業の一定時点の財政状態や一期間の経営成績並びに資金フローの状態を財務諸表の利用によって外部の利害関係者に報告することを目的としている。このような財務諸表によって企業のどのような活動が写像されているかを理解するためには、企業の資本活動が、会計システムという媒介によって、どのようにとらえられているかを理解することが本講のねらいである。

【授業の展開計画】

本講義では、企業が作成する財務諸表について、どのような企業活動が前提にあり、これがどのような考え方に基づいて認識、測定、記録、表示されているかについての学生の理解を深めることにする。そこでは我が国の会計原則の規範である「企業会計原則」、貸借対照表を基本とし、企業グループ会計の視点を取り入れ、財務諸表によってもたらされる企業活動情報の総合的な理解を図ることにする。

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	貸借対照表概論
3	貸借対照表の分類基準
4	流動資産の会計処理Ⅰ
5	流動資産の会計処理Ⅱ
6	固定資産の会計処理Ⅰ
7	固定資産の会計処理Ⅱ
8	繰延資産の会計処理
9	負債の会計処理
10	純資産の部の会計処理
11	連結財務諸表Ⅰ（概論）
12	連結財務諸表Ⅱ（資本連結）
13	連結財務諸表Ⅲ（P/L、B/Sの作成）
14	連結財務諸表Ⅳ（連結財務諸表の利用）
15	試験
16	

【履修上の注意事項】

簿記原理Ⅱ、会计学、財務会計Ⅰを履修済みであることが望ましい。

【評価方法】

授業への参加姿勢、試験、レポート等を総合的に評価する

【テキスト】

講義中に指示する

【参考文献】

財務管理論 I

担当教員 嘉陽 宗一郎

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

企業経営に役立つ財務諸表の読み方、分析の仕方を学習することをねらいとしている。

【授業の展開計画】

- 第1回 ガイダンス・履修登録
- 第2回 会社・企業概説 (1)
- 第3回 会社・企業概説 (2)
- 第4回 会社・企業概説 (3)
- 第5回 財務諸表概説 (1)
- 第6回 貸借対照表の分析 (1)
- 第7回 貸借対照表の分析 (2)
- 第8回 損益計算書の分析 (1)
- 第9回 損益計算書の分析 (2)
- 第10回 キャッシュ・フロー計算書の分析 (1)
- 第11回 財務分析概説
- 第12回 収益性分析
- 第13回 安全性分析
- 第14回 前期まとめ
- 第15回 考査

【履修上の注意事項】

前期と後期は連動しているので、両方履修してください。会計科目を履修しているとより理解が深まります。電卓を使用する予定なので、準備してください。

【評価方法】

出席状況、試験等を点数化し、総合点により評価します。

【テキスト】

毎回、レジュメを配布します。

【参考文献】

適宜、紹介します。

財務管理論Ⅱ

担当教員 嘉陽 宗一郎

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

企業経営に役立つ財務諸表の読み方、分析の仕方を学習することをねらいとしている。

【授業の展開計画】

- 第1回 ガイダンス・履修登録
- 第2回 CVP分析 (1)
- 第3回 CVP分析 (2)
- 第4回 CVP分析 (3)
- 第5回 CVP分析 (4)
- 第6回 意思決定会計 (1)
- 第7回 意思決定会計 (2)
- 第8回 意思決定会計 (3)
- 第9回 意思決定会計 (4)
- 第10回 企業財務論 (1)
- 第11回 企業財務論 (2)
- 第12回 企業財務論 (3)
- 第13回 企業財務論 (4)
- 第14回 後期まとめ
- 第15回 考査・課題提出

【履修上の注意事項】

前期と後期は連動しているので、両方履修してください。会計科目を履修しているとより理解が深まります。電卓を使用する予定なので、準備してください。

【評価方法】

出席状況、試験等を点数化し、総合点により評価します。

【テキスト】

毎回、レジュメを配布します。

【参考文献】

適宜、紹介します。

資金会計

担当教員 鶴池 幸雄

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

今日、企業の実態を把握するための財務諸表のひとつとしてキャッシュ・フロー計算書が導入されている。これは、企業活動を総括的な資本活動だけではなく、「資金的」な視点から把握することの重要性の表れである。これにより、企業の「資金」が、どのような企業活動によって生み出され、また費消されているかを理解することが可能となる。企業内の資金の動きを理解し、より多角的に企業活動の把握を行うことが本講のねらいである。

【授業の展開計画】

本講義では、キャッシュ・フロー計算書を基本として企業資金活動がどのようにして会計上把握されるかを見ると同時に、キャッシュ・フロー計算が一期間の企業実体のフロー表示としてどのような重要性を持ちうるかを、実現損益計算によってもたらされる企業活動情報との比較を通じて多角的に考察していくことにする。そのことにより、企業の利害関係者に対する会計情報の果たす役割について学生のより深い理解を進めることにする。

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	資金会計概論
3	キャッシュ・フロー計算Ⅰ(概論)
4	キャッシュ・フロー計算Ⅱ(キャッシュ・フロー計算書の作成①)
5	キャッシュ・フロー計算Ⅲ(キャッシュ・フロー計算書の作成②)
6	キャッシュ・フロー計算Ⅳ(キャッシュ・フロー計算書の構造)
7	損益情報とキャッシュ・フロー計算書情報の比較
8	キャッシュ・フロー情報の利用(ディスカунティッド・キャッシュ・フロー)
9	キャッシュ・フロー情報の利用(ネット・プレゼント・バリュー)
10	キャッシュ・フロー情報の利用(キャッシュ・フロー計算書による企業分析)
11	外貨建資金取引の会計処理Ⅰ
12	外貨建資金取引の会計処理Ⅱ
13	金融資金取引の会計処理(リース取引)
14	金融資金取引の会計処理(デリバティブ取引)
15	試験
16	

【履修上の注意事項】

財務会計Ⅰを履修済みであることが望ましい。

【評価方法】

授業への参加、試験、レポートを総合して評価を行う

【テキスト】

受講時に指示する

【参考文献】

専門演習 I

担当教員 佐久本 朝一

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

研究分野 日本的経営、比較経営論

【授業の展開計画】

3年生の演習ではオフィスオートメーション時代に対応した即戦力としての国際的なビジネスマンの養成をめざして、国際経営および日本企業におけるコミュニケーション能力や情報化の基礎的な理論を学んでいく。また、それに関連したベンチャービジネスにおける経営改善や意思決定に役立つ資料作成およびホームページ作成の実習も行なう。本演習を受講する学生は事務管理ないしは情報処理 I を受講してビジネスコンピューティングの資格を取得しておくことが望ましい。また4年生の演習では上記内容に加えてビジネスコンピューティングの技術向上や進路相談など可能な限り個別の指導を行なうことにしたい。

- 1 比較経営論の一般的な文献を選定させ、発表する。
- 2 ベンチャービジネスへ向けたホームページの作成を指導する。

【履修上の注意事項】

講義は学生の自主的な発表を中心に進めていくことから、積極的に参加意識を持つことが前提となる。

【評価方法】

出席および論文発表

【テキスト】

ビジネスマンのための基礎知識 THE BASIC ACKNOWLEDGEMENT FOR CLERICAL WORKS 著者 佐久本朝一 発行所 国際経営研究所

【参考文献】

専門演習 I

担当教員 宮森 正樹

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

マーケティングおよび広告全般から沖縄社会を総合的に考察する為の基礎力を身につける。専門書の読み方、マーケティング的文章の書き方、人前でのプレゼンテーションの仕方、情報収集の方法など、演習2につながるものを学ぶ。また、各自がテキストを深く読み込んで理論を整理し、ゼミ授業の中でみんなに解説してもらう。このゼミでは、基本的に実践的活動を目指しているため、一人ひとりが実社会に飛び出して多くの人と会い、いろいろな事を学んでもらいたい。

【授業の展開計画】

- 1・2週目 演習の進め方オリエンテーション
- 3・4週目 担当箇所のプレゼンテーション(1)
- 5・6週目 担当箇所のプレゼンテーション(2)
- 7・8週目 担当箇所のプレゼンテーション(3)
- 9・10週目 担当箇所のプレゼンテーション(4)
- 11・12週目 担当箇所のプレゼンテーション(5)
- 13・14週目 担当箇所のプレゼンテーション(6)

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 事前にテキストを読んてくること。
- (3) 提出物を〆切を過ぎて出した者は減点、あるいは点数無し。
- (4) 授業中のおしゃべりは、他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらう。
- (5) マーケティング論を履修した者のみ受け付ける。

【評価方法】

出席 (15%) , 発表 (20%) , レポート (20%) , 論文 (40%) , 質問回数 (5%) 等で総合的に評価する。

【テキスト】

テキストは最初の授業で指定します。

【参考文献】

- ①現代マーケティングの構図：嵯峨野書院
- ②コトラーのマーケティング思考法：東洋経済

専門演習 I

担当教員 天野 敦央

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

年間テーマを、「経営管理論」とする。

本演習は3年次前期科目 2.00単位、3年次後期科目2.00単位、合計4.00単位からなっている。経営学の基本的概念を性格に理解するために、毎回テーマを決めて討論する。このほかに、各自がそれぞれ好きなテーマ（経営学の諸分野の中から）と好きな地域を決めて、その地域の経営の実状についてくわしく調べる。なお本演習イベント（合宿・学園祭・コンパ）への、ゼミ生諸君の積極的な関与を期待する。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	演習のすすめ方、評価のしかた
2	研究対象
3	研究対象
4	アメリカ経営学
5	（ゼミ合宿）
6	ドイツ経営学
7	ドイツ経営学
8	企業論
9	企業論
10	経営管理
11	経営管理
12	意思決定
13	意思決定
14	経営戦略
15	経営戦略
16	

【履修上の注意事項】

報告（レポート発表）当日の発表者欠席は、みとめない。ゼミ提示板（第5314番教室前）の連絡事項に留意すること。

【評価方法】

提出のレポートの評定に、平常点を加味し、最終的な評価を決定する。

【テキスト】

未定

【参考文献】

在由重（編）『哲学小辞典』岩波書店。小川英次ほか（編）『経営学の基礎知識』有斐閣。
日録刊行会（編）『経営図書総目録2005』東販。

専門演習 I

担当教員 清村 英之

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

この演習では、「使える会計知識」「役に立つ会計技法」を身につけることを目指して、会計が現代の経済社会の中でどのような役割を果たしているのか、会計の知識を得ることで何ができるのかを学びます。ただし、会計データの使い方を学ぶためには、その作り方を知らなければならないので、この一年間は会計データの作り方の学習に重点をおきます。

また、ゼミ4年生やOB・OG（卒業生）との交流によって、就職への意識を高めていきます。

【授業の展開計画】

まず、①3～4人のグループを作り、グループで分析する業界と個人で分析する企業を選択します。次に、②インターネット等を利用して企業情報（特に会計情報）を入手し、様々な手法を用いてこれを分析し、その結果を発表します。なお、「授業のねらい」にも書いたように、この一年間は会計データの作り方の学習に重点を置くので、③損益会計、資産会計、負債会計などのテーマを各グループに割り振り、その発表と討論を通じ、会計学（財務会計）の理解を深めます。

【履修上の注意事項】

次のような学生を希望します。

- ① 遅刻や欠席をしない人。
- ② ゼミの時間に積極的に発言できる人。
- ③ ゼミの行事を優先し、球技大会、学祭、合宿、コンパなどに参加できる人。

【評価方法】

出席、発表、課題などで、総合的に評価します。

【テキスト】

使用しません。

【参考文献】

伊藤邦雄『ビジネスゼミナール現代会計入門・第7版』日本経済新聞社。
広瀬義州『財務会計・第9版』中央経済社。

専門演習 I

担当教員 原田 優也

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

マーケターに必要な調査分析技法を身につけることを目的とする。ビジネス・マーケティング戦略・企業戦略などの調査分析の作業に取り組み、マーケティング調査方法やプレゼンテーションに必要な能力を養う。

【授業の展開計画】

このゼミはマーケティング戦略と消費者行動・購買意思決定・市場調査の基礎知識と手法を学びます。

【次の3つの調査分析トレーニングを予定している】

(1) マーケティング・消費者行動・企業戦略の分野の中から、各自が関心のあるテーマを設定し、調査したことを発表する。

(2) 発表の内容について、ディスカッションし、論理的な思考方法、議論の進め方について学習する。

(3) グループでテーマを設定し、調査分析の作業に取り組み、マーケティング調査方法やプレゼンテーションに必要な能力を養う。

(4) その後、興味がある企業を各自で自由に選び、企業のマーケティング活動に関する情報を収集し、調査を行い、研究レポート作成に取り組みます。

(1) 卒論とは何か/ゼミ運営の方針説明

(2) 先行研究の整理 (1)

(3) 先行研究の整理 (2)

(4) 先行研究の整理 (3)

(5) 先行研究の整理 (4)

(6) マーケティング分析方法 (1)

(7) マーケティング分析方法 (2)

(8) マーケティング分析方法 (3)

(9) マーケティング分析方法 (4)

(10) 中間発表 (1)

(11) 中間発表 (2)

(12) 中間発表 (3)

(13) 中間発表 (4)

(14) テーマ内容の発表・質疑応答

(15) テーマ内容の発表・質疑応答

(16) レポートの提出

【履修上の注意事項】

- ① 個人とグループ発表の際に自分の意見とディスカッションを行うことが大前提です。
- ② 積極的に学ぶ姿勢が必要である。

【評価方法】

- ① 課題の報告内容 (50%) ・出席および受講態度 (50%) などで総合的に評価する。
- ② 出席回数が全授業回数の2/3に満たない場合は単位を与えない。

【テキスト】

- ① 恩蔵直人監修 (1999年) 『コトラーのマーケティング入門 第4版』 ピアソン・エデュケーション
- ② 講義の中で、適切なテキストを指示する。

【参考文献】

- ① Paul Temporal (2006) "Asia's Star Brands," John Wiley and Sons.
- ② フィリップ・コトラー(2003) 『コトラーのマーケティングコンセプト』 恩蔵直人監訳、東洋経済新報社。

専門演習 I

担当教員 木下 和久

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

企業は生き残りをかけ、他社より少しでも競争力を獲得しようと日々活動を行なっている。この企業行動について、管理会計の見地から検討を行なってゆくことを第一の目標とする。また、調査・報告・討論を通じ、知識の獲得・論理的思考・会計マインドの修得を目指す。

【授業の展開計画】

グループにより、共同で調査・研究・報告を行なう。企業内部の活動に注目し、現地現物を旨とするため、ビジネスの現場での調査を行なうことを目指す。常々企業実務へ強い関心を持ち、企業行動について探究してゆくことを目指す。ゼミでは、報告担当者はもちろん、全ての参加者が積極的に議論へ参加することを求める。

【履修上の注意事項】

演習への積極的な参加・貢献を求める。
演習の運用方法、課題への提言、工場見学など、参加者の希望により柔軟に対応する予定である。
業績管理会計、戦略管理会計、原価計算Ⅰ・Ⅱの講義を必ず履修すること。

【評価方法】

授業への参加姿勢・貢献、レポート等を総合して評価する。

【テキスト】

適宜指定します。

【参考文献】

適宜指定します。

専門演習 I

担当教員 岩橋 建治

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

人的資源管理を中心とした、経営学に関するテキストの輪読、報告、および討論を行う。受講生は、ゼミでの学習をふまえて、後期ゼミ開始までに個々の卒業論文のおおまかなテーマを決定する。

【授業の展開計画】

(4月) 前期研究テーマの選択。それをもとに、報告のための課題文献の割り振り。

(4月～7月) パワーポイントを使った報告と討論。報告後、卒業論文作成にむけてのレポートと参考文献リストを作成・提出。

(夏休み) 卒業論文のための中間報告資料を作成(4000字程度)。中間報告は後期に行う。

参考として、09年度受講生が扱ったテーマは以下のとおり。

競争戦略、ブランド戦略、流通システム、企業文化、チームワーク、動機づけ、リーダーシップ、人材育成、キャリア、エンプロイヤビリティ、など。

【履修上の注意事項】

積極的な発言を求める。

【評価方法】

出席、演習への貢献度、および課題の完成度などにより総合的に評価する。

【テキスト】

受講生の意向を聞きながら決定する。09年度は、田尾雅夫 ほか編(2005)『はじめて経営学を学ぶ』ナカニシヤ出版、若林満 監修(2008)『経営組織心理学』ナカニシヤ出版、などを使用した。

【参考文献】

適宜紹介する。

専門演習 I

担当教員 河田 賢一

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

当演習では4年次の卒業論文執筆に向けての流通に関する知識取得のために専門書の輪読をおこないます。専門書の輪読を通して「読む力」を取得し、レジュメ作成・報告による「書く力」と「話す力」の取得、討論による「話す力」と「聴く力」の取得を目指します。

【授業の展開計画】

- | | |
|---------|-----------|
| 1 ガイダンス | 9 報告・討論 |
| 2 報告・討論 | 10 報告・討論 |
| 3 報告・討論 | 11 報告・討論 |
| 4 報告・討論 | 12 報告・討論 |
| 5 報告・討論 | 13 報告・討論 |
| 6 報告・討論 | 14 報告・討論 |
| 7 報告・討論 | 15 報告・討論 |
| 8 報告・討論 | 16 演習のまとめ |

【履修上の注意事項】

演習であるため、毎回、積極的な発言を求めます。
討論における司会は学生自身におこなってもらいます。
ゼミ行事（ゼミ合宿等）への参加は必須です。

【評価方法】

出席点および受講態度（40％）、報告・司会（40％）、ゼミ行事への参加（20％）

【テキスト】

開講時に指定します。

【参考文献】

専門演習 I

担当教員 鶴池 幸雄

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

選択したテキストから、財務諸表の重要性を認識し、それを利用することについての基礎学習を行った後、具体例について研究報告を行うことにより、応用力を養う。

【授業の展開計画】

選択したテキストから、ゼミ生にレジュメを作成し発表してもらい、それを討論する形で進める。
企業会計全体についての理解を深めるために財務会計の文献を中心に学習する。
同時に、資金繰りについて、パソコンを使った講義を行い、基礎的考察から、事例研究までを行い、応用事例について、報告を行わせる

【履修上の注意事項】

2年次までの会計科目を履修済みであること
3年次開講の「財務会計 I」を受講すること

【評価方法】

授業への参加姿勢、レポート等を総合的に評価する。

【テキスト】

講義時に指示する

【参考文献】

専門演習Ⅱ

担当教員 佐久本 朝一

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

研究分野 日本的経営、比較経営論

【授業の展開計画】

3年生の演習ではオフィスオートメーション時代に対応した即戦力としての国際的なビジネスマンの養成をめざして、国際経営および日本企業におけるコミュニケーション能力や情報化の基礎的な理論を学んでいく。また、それに関連したベンチャービジネスにおける経営改善や意思決定に役立つ資料作成およびホームページ作成の実習も行なう。本演習を受講する学生は事務管理ないしは情報処理Ⅰを受講してビジネスコンピューティングの資格を取得しておくことが望ましい。また4年生の演習では上記内容に加えてビジネスコンピューティングの技術向上や進路相談など可能な限り個別の指導を行なうことにしたい。

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

ビジネスマンのための基礎知識 THE BASIC ACKNOWLEDGEMENT FOR CLERICAL WORKS 著者 佐久本朝一 発行所 国際経営研究所

【参考文献】

専門演習Ⅱ

担当教員 宮森 正樹

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

マーケティング及び広告全般から沖縄社会を総合的に考察する。県内市場をターゲットにして、プロジェクトの実施を行い、勉学の深化と共に、社会との関わりを学ぶ。プロジェクトテーマの選択は各自、あるいは各グループに任せる。テーマの一つの例として、回収した空き瓶を粉々に砕いたカレットを商品として、いかに県内市場でそれを広告し、リサイクルを啓発し、流通を確立し、コストを下げていくかなどを実際の企業と共に考えていく。また、県内の特定地域の特産品を村おこしの立場からマーケティング戦略の実施計画を策定することなども考えられる。

【授業の展開計画】

- 1・2 週目 論文の中間発表(1)
- 3・4 週目 論文の中間発表(2)
- 5・6 週目 担当箇所のプレゼンテーション(7)
- 7・8 週目 担当箇所のプレゼンテーション(8)
- 9・10 週目 担当箇所のプレゼンテーション(9)
- 11・12週目 担当箇所のプレゼンテーション(10)
- 13・14週目 最終論文発表

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 事前にテキストを読んてくること。
- (3) 提出物をメ切を過ぎて出した者は減点、あるいは点数無し。
- (4) 授業中のおしゃべりは、他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらう。
- (5) マーケティング論を履修した者のみ受け付ける。

【評価方法】

出席(15%)、発表(20%)、レポート(20%)、論文(40%)、質問回数(5%)等で総合的に評価する。

【テキスト】

前期に指定したものをを用いる。

【参考文献】

- ①現代マーケティングの構図：嵯峨野書院
- ②コトラーのマーケティング思考法：東洋経済

専門演習Ⅱ

担当教員 天野 敦央

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

年間テーマを、「経営管理論」とする。

本演習は3年次前期科目 2.00単位、3年次後期科目2.00単位、合計4.00単位からなっている。経営学の基本的概念を性格に理解するために、毎回テーマを決めて討論する。このほかに、各自がそれぞれ好きなテーマ（経営学の諸分野の中から）と好きな地域を決めて、その地域の経営の実状についてくわしく調べる。なお本演習イベント（合宿・学園祭・コンパ）への、ゼミ生諸君の積極的な関与を期待する。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	経営組織
2	経営組織
3	労務管理
4	卒業年次ゼミテーマ登録カード提出
5	財務管理
6	財務管理
7	販売管理
8	販売管理
9	計画と統制
10	（就職課進路面接）
11	いわゆる「日本的経営」
12	後期末：ゼミ年報記事の提出締切り
13	企業の社会的責任
14	新ゼミ生募集計画
15	予備日
16	

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

専門演習Ⅱ

担当教員 清村 英之

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

この演習では、「使える会計知識」「役に立つ会計技法」を身につけることを目指して、会計が現代の経済社会の中でどのような役割を果たしているのか、会計の知識を得ることで何ができるのかを学びます。ただし、会計データの使い方を学ぶためには、その作り方を知らなければならないので、この一年間は会計データの作り方の学習に重点をおきます。

また、ゼミ4年生やOB・OG（卒業生）との交流によって、就職への意識を高めていきます。

【授業の展開計画】

まず、①3～4人のグループを作り、グループで分析する業界と個人で分析する企業を選択します。次に、②インターネット等を利用して企業情報（特に会計情報）を入手し、様々な手法を用いてこれを分析し、その結果を発表します。なお、「授業のねらい」にも書いたように、この一年間は会計データの作り方の学習に重点を置くので、③損益会計、資産会計、負債会計などのテーマを各グループに割り振り、その発表と討論を通じ、会計学（財務会計）の理解を深めます。

【履修上の注意事項】

「専門演習Ⅰ」を履修済みの学生しか登録できません。

【評価方法】

出席、発表、課題などで、総合的に評価します。

【テキスト】

使用しません。

【参考文献】

伊藤邦雄『ビジネスゼミナール現代会計入門・第7版』日本経済新聞社。
広瀬義州『財務会計・第9版』中央経済社。

専門演習Ⅱ

担当教員 原田 優也

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

卒業論文の作成に向けて、ケース・スタディーの分析方法・論文の書き方・情報収集・仮説設定の考え方・卒業論文の構成などを学習すること。

【授業の展開計画】

このゼミは前期で学習した調査方法を活用し、2つのゼミ活動を行う。

A: ケース分析

- 1) ケース・スタディーの分析： グループに分かれ、ケース分析（事例研究）を行う。
- 2) 会社訪問し、実際に会社が直面する問題について聴き取り調査したことについて、マーケティングの観点から分析します。

B: 論文テーマの選定：

4年次に向けて、卒業論文テーマを選定し、卒業論文の計画書（先行研究調査・仮説設定など）を作成する。卒業論文テーマに応じて、個人またグループ（2～3人）で作成することが可能です。

- (1) 卒論とは何か/ゼミ運営の方針説明
- (2) 論文作成作業プロセス（ジユメの作成方法・引用・著作権・発表方法など）
- (3) 先行研究の整理（1）
- (4) 先行研究の整理（2）
- (5) 先行研究の整理（3）
- (6) ケース・スタディー分析の発表（1）
- (7) ケース・スタディー分析の発表（2）
- (8) ケース・スタディー分析の発表（3）
- (9) ケース・スタディー分析の発表（4）
- (10) 論文テーマの選定（先行研究、分析方法、仮説設定など）（1）
- (11) 論文テーマの選定（先行研究、分析方法、仮説設定など）（2）
- (12) 論文テーマの選定（先行研究、分析方法、仮説設定など）（3）
- (13) 論文テーマ内容の発表・質疑応答（1）
- (14) 論文テーマ内容の発表・質疑応答（2）
- (15) 論文テーマ内容の発表・質疑応答（3）
- (16) 論文テーマの研究計画書の提出

【履修上の注意事項】

- ① 個人とグループ発表の際に自分の意見とディスカッションを行うことが大前提です。
- ② 積極的に学ぶ姿勢が必要である。

【評価方法】

- ① 課題の報告内容（50%）・出席および受講態度（50%）などで総合的に評価する。
- ② 出席回数が全授業回数の2/3に満たない場合は単位を与えない。

【テキスト】

- ① 恩蔵直人監修（1999年）『コトラーのマーケティング入門 第4版』ピアソン・エデュケーション
- ② 講義の中で、適切なテキストを指示する。

【参考文献】

- ① Paul Temporal (2006) "Asia's Star Brands," John Wiley and Sons.
- ② フィリップ・コトラー(2003)『コトラーのマーケティングコンセプト』恩蔵直人監訳、東洋経済新報社.

専門演習Ⅱ

担当教員 木下 和久

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】
専門演習Ⅰに同じ

【授業の展開計画】

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

専門演習Ⅱ

担当教員 岩橋 建治

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

人的資源管理を中心とした、経営学に関する個々の卒業論文について、中間報告を行う。報告と討論をもとに内容を修正し、具体的な方向性を決めていく。

研究を通じて、自分自身が何を望んでいるのか（自己分析）、その研究を深めることで誰にどのような貢献ができるのか（社会における役割）を、納得のいくまで考えて欲しい。

【授業の展開計画】

卒業論文の中間報告と討論を毎回行い、そのつど今後の課題（イシュー、文献、事例など）を提示する。

参考として、09年度受講生が扱ったテーマは以下のとおり。

競争戦略、ブランド戦略、流通システム、企業文化、チームワーク、動機づけ、リーダーシップ、人材育成、キャリア、エンプロイアビリティ、など。

【履修上の注意事項】

積極的な発言を求める。

【評価方法】

出席、演習への貢献度、および課題の完成度などにより総合的に評価する。

【テキスト】

なし。

【参考文献】

適宜紹介する。

専門演習Ⅱ

担当教員 河田 賢一

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

当演習では4年次の卒業論文執筆に向けての流通に関する知識取得のために専門書の輪読をおこないます。専門書の輪読を通して「読む力」を取得し、レジュメ作成・報告による「書く力」と「話す力」の取得、討論による「話す力」と「聴く力」の取得を目指します。

【授業の展開計画】

- | | |
|---------|-----------|
| 1 ガイダンス | 9 報告・討論 |
| 2 報告・討論 | 10 報告・討論 |
| 3 報告・討論 | 11 報告・討論 |
| 4 報告・討論 | 12 報告・討論 |
| 5 報告・討論 | 13 報告・討論 |
| 6 報告・討論 | 14 報告・討論 |
| 7 報告・討論 | 15 報告・討論 |
| 8 報告・討論 | 16 演習のまとめ |

【履修上の注意事項】

演習であるため、毎回、積極的な発言を求めます。
討論における司会は学生自身におこなってもらいます。
ゼミ行事（ゼミ合宿等）への参加は必須です。

【評価方法】

出席点および受講態度（40％）、報告・司会（40％）、ゼミ行事への参加（20％）

【テキスト】

話し合いにより決定します。

【参考文献】

専門演習Ⅱ

担当教員 鶴池 幸雄

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

選択したテキストから、財務諸表の重要性を認識し、それを利用することについての基礎学習を行った後、具体例について研究報告を行うことにより、応用力を養う。

【授業の展開計画】

選択したテキストから、ゼミ生にレジュメを作成し発表してもらい、それを討論する形で進める。企業会計全体についての理解を深めるために財務会計の文献だけでなく、基本的な管理会計の分野についても学習する。同時に、経営分析について、パソコンを使った講義を行い、基礎的考察から、事例研究までを行い、応用事例について、報告を行わせる。

【履修上の注意事項】

財務会計Ⅱ、資金会計を受講すること

【評価方法】

授業への参加姿勢、レポート等を総合的に評価する。

【テキスト】

講義時に指示する

【参考文献】

戦略管理会計

担当教員 木下 和久

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

会計情報の利用目的を外部報告と内部報告とに大別することで、財務会計と管理会計が区分できる。本講義では、会計情報の利用目的を内部報告目的とする管理会計のうち、競争優位を獲得するための戦略的企業活動である戦略管理会計を中心に講義を行なう。また企業について理解を深めるとともに、実生活において管理会計的思考を行ない、成果を生かせることをめざす。

【授業の展開計画】

管理会計学で扱う重要な論点のうち、戦略管理会計に分類されるものを中心に講義を行なう。具体的には、長期利益計画、戦略支援会計、PPM、原価企画、資本予算、ABC、BSC、購買管理会計、生産管理会計など。受講者の要望や興味のあるところにより柔軟に講義を展開する予定である。積極的な提案・参加を望む。

【履修上の注意事項】

前期の業績管理会計と関連が深いので、併せて受講することが強く望まれる。

【評価方法】

講義への参加姿勢、レポート、期末テスト等を総合して評価する。

【テキスト】

上総康行『管理会計論』新世社、1993年。

【参考文献】

上総康行・澤邊紀生編著『次世代管理会計の構想』中央経済社、2006年。
加えて、講義の際、適宜指定します。

セールス・プロモーション

担当教員 宮森 正樹

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

セールス・プロモーションとはキャンペーンなどを利用して、消費者の購買意欲や流通業者の販売意欲を引き出す取り組み全般のことをいう。セールス・プロモーションの手段は①消費者向け ②流通チャネル向け ③社内（営業担当者）向けの3種類に大別できる。本講義では、テキストによりセールス・プロモーションの基本を学び、そして実際に沖縄県内で行われているプロモーションを取材することを通して、理論とその応用を学んでいく。

【授業の展開計画】

- 1・2週目 セールスプロモーションとは
- 3・4週目 マーケティングの方法の変化とプロモーション
- 4・5週目 消費者情報処理メカニズムとプロモーション
- 6・7週目 様々なセールスプロモーション
- 7・8週目 セールスプロモーションの実施サイクル
- 9・10週目 セールスプロモーションの評価
- 11・12週目 セールスプロモーションまとめ
- 13・14週目 セールスプロモーション企画実習

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 事前にテキストを読んてくること。
- (3) 提出物を〆切を過ぎて出した者は減点、あるいは点数無し。
- (4) 授業中のおしゃべりは、他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらおう。
- (5) マーケティング論を履修済み、あるいは履修中の者のみ受け付ける。

【評価方法】

期末試験（60%）、豆テスト（10%）、レポート（15%）、出席（15%）を総合的に評価する。これらの4要因以外にも「積極的発言」、「受講態度」等も考慮される。

【テキスト】

テキストは最初の授業で指定する。

【参考文献】

- ①セールスプロモーション（恩蔵直人他）同文館
- ②現代マーケティングの構図：嵯峨野書院

税法

担当教員 大城 建夫

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考 会計コース

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義では、税法の基礎的内容を修得させることを目標とする。税法の領域は、所得税法、法人税法、相続税法、消費税法など広範囲に及ぶ。この講義では、法人税法を中心にとりあげる。法人税を算出するための課税所得計算の特色は、企業会計の利益計算から誘導されるところにある。そのため、商業簿記、会計学等で学んだことを比較しながら講義を進めていく。

【授業の展開計画】

1. 税制と税法の基礎概念
2. 個別税法の体系と税法の基本原則
3. 所得税法の課税所得計算の構造
4. 法人税法の課税所得計算の構造
5. 益金の意義と範囲 (1)
6. 益金の意義と範囲 (2)
7. 損金の意義と範囲 (1)
8. 損金の意義と範囲 (2)
9. 中間テスト
10. 役員給与と損金 (1)
11. 役員給与と損金 (2)
12. 交際費と損金 (1)
13. 交際費と損金 (2)
14. その他の販管費と損金
15. 期末テスト

【履修上の注意事項】

税法では、法人税法の基礎理論の講義を中心に行う。簿記、会計学の学習は、この講義を具体的に理解するためにも重要である。そのため、税法を受講するには、商業簿記Ⅰ、Ⅱ、会計学Ⅰ、Ⅱを履修していることが望ましい。

【評価方法】

成績評価の方法は、出席状況、中間テスト、期末試験などの内容を総合して判断する。

【テキスト】

未定

【参考文献】

佐藤正勝『租税法』同文館出版、鈴木基史『やさしい法人税』税務経理協会、井上徹二『租税法と税制』創成社

税務会計

担当教員 大城 建夫

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考 会計コース

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講義では、税務会計の基礎的、全般的内容を修得させることを目標とする。特に、法人税法の課税所得計算と会計（財務会計）の利益計算との関わりを中心にわかりやすく講義する。

【授業の展開計画】

1. 税務会計の意義と役割
2. 課税所得計算の意義
3. 収益と益金、費用と損金
4. 販管費と寄付金
5. 販管費と貸倒損失
6. 棚卸資産と損金
7. 有価証券と損金
8. 中間テスト
9. 固定資産と損金（1）
10. 固定資産と損金（2）
11. 繰延資産と損金
12. 貸倒引当金と損金
13. 圧縮記帳等
14. 税額計算と納税申告
15. 期末テスト

【履修上の注意事項】

税務会計の講義では、法人税法と会計理論の比較検討を行う。そのため、税務会計を受講するには、商業簿記Ⅰ、Ⅱ、会計学Ⅰ、Ⅱ、税法を履修していることが望ましい。

【評価方法】

成績評価の方法は、出席状況、中間テスト、期末試験などの内容を総合して判断する。

【テキスト】

未定

【参考文献】

大城建夫『税務会計の理論的展開』同文館出版、中田信正『税務会計要論』同文館出版、成道秀雄編著『税務会計論』中央経済社

ソーシャル・マーケティング

担当教員 宮森 正樹

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

本講座では、非営利組織のマーケティングについてテキストを用いて講義していく。企業のマーケティングとの類似点や相違点を明確にしながら、社会的責任・社会的貢献、人材育成、ミッションをベースに具体的な事例を用いて学習する。また、社会志向的マーケティングとしてのソーシャルマーケティングも取り上げ、社会のために役立つマーケティングつまり市場対応だけでなく、社会対応をも念頭においたマーケティングを学ぶ。将来、公務員や教員、NPO法人への就職を希望している学生にも役に立つ講義となっている。

【授業の展開計画】

- 1・2週目 オリエンテーション・ソーシャルマーケティングとは
- 3・4週目 ソーシャル・マーケティングの考え方
- 4・5週目 非営利組織のマーケティング（1）
- 6・7週目 非営利組織のマーケティング（2）
- 7・8週目 環境対応と社会性
- 9・10週目 グリーンマーケティング
- 11・12週目 大学と行政のマーケティング
- 13・14週目 まとめ

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 事前にテキストを読んてくること。
- (3) 提出物を〆切を過ぎて出した者は減点，あるいは点数無し。
- (4) 授業中のおしゃべりは，他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらう。
- (5) マーケティング論を履修あるいは履修中の者のみ受け付ける。

【評価方法】

期末試験（60%），豆テスト（10%），レポート（15%），出席（15%）を総合的に評価する。これらの4要因以外にも「積極的発言」，「受講態度」等も考慮される。

【テキスト】

テキストは最初の授業で指定する。

【参考文献】

- ①現代マーケティングの構図：嵯峨野書院
- ②コトラーのマーケティング思考法：東洋経済

中小企業経営論

担当教員 比嘉 堅

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

われわれが中小企業に関心をひくのは、多くの中小企業が経営困難な状態にあるとか、中小企業の技術水準が低いなどのために、経済・社会の発展と安定に問題が生ずる場合である。あるいは、中小企業の中には大企業に劣らない、優れた企業もあるので、そのような中小企業を育成する方策を見出したいという場合である。

講義の前半は、中小企業の基礎理論と政策課題を検討する。続いて後半では、地域に根ざす中小企業の経営と経営者、地域経営と中小企業経営の事例企業を中心に、経営展開の方向を探る。

【授業の展開計画】

1. 中小企業の課題と方法
2. 中小企業の存立要因
3. 中小企業の定義
4. 中小企業の地位と役割
5. 日本経済の構造的特質
6. 中小企業の組織化・下請け・系列化
7. 中小企業政策
8. 中小企業の経営
9. 中小企業の経営者
10. 地域経営と中小企業経営
11. 事例企業研究 (1)
12. 事例企業研究 (2)
13. 事例企業研究 (3)
14. 中小企業経営のまとめ
15. 期末テスト

【履修上の注意事項】

授業へ意欲的に参加してほしい。出席を重視する。

【評価方法】

期末テスト、レポート、出席状況で総合評価する。

【テキスト】

テキスト：作成資料を使用。副読本：比嘉堅『沖縄のアグリビジネスと産業組織』東洋企画印刷、2002年

【参考文献】

参考文献：比嘉堅『産業の構造と組織』近代文藝社、1993年
比嘉堅『新時代の産業組織と公共政策』近代文藝社、1996年

比較経営論 I

担当教員 佐久本 朝一

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

国際比較の経営的な視点により辺境における経済発展の理論について説明する。そこでは経営組織を構成する人・文化・経済という視点から、イギリス、アメリカ・日本の経済発展のプロセスを辿っていくことになる。さらに、国際感覚を身に着けるために英文を読みながら日本の雇用システムの特質について日米の比較を行なうことにしたい。また上記のような説明を行なった後で、マクロ的な経営比較という視点から、地域経済の発展に貢献しうような沖縄の経営組織の特質についても考える。さらにそれに関連すると思われる視聴覚の教材についても逐次利用していく。

【授業の展開計画】

- 1 国際的な企業における経営組織
- 2 イギリスにおける企業経営組織
- 3 アメリカの経営組織
- 4 経済発展と企業者活動
- 5 経営戦略
- 6 経営理念の国際比較
- 7 日本型雇用システムの特質
- 8 欧米と日本の経営組織の比較
- 9 アジア型経営組織と日本的経営
- 10 沖縄の経営組織の特質

【履修上の注意事項】

講義は抽象的な内容になることから、講義中に雑談を行なう学生あるいは20分以上の遅刻者については退席をお願いすることもあるので注意すること。

【評価方法】

【テキスト】

- 1 佐久本朝一「技術革新下の日本型企业社会」ユージン伝株式会社
- 2 佐久本朝一「日本企業と過労シンドローム」中央経済社

【参考文献】

- 1 中川敬一郎「比較経営史序説」東京大学出版会 アメリカンマネジメントの特質を日米比較の観点から知る
- 2 大河内暁男「経営構想力」東京大学出版会 企業経営者の経営行動についての具体的ケースが豊富

比較経営論Ⅱ

担当教員 佐久本 朝一

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

国際比較の経営的な視点により辺境における経済発展の理論について説明する。そこでは経営組織を構成する人・文化・経済という視点から、イギリス、アメリカ・日本の経済発展のプロセスを辿っていくことになる。さらに、国際感覚を身に着けるために英文を読みながら日本の雇用システムの特質について日米の比較を行なうことにしたい。また上記のような説明を行なった後で、マクロ的な経営比較という視点から、地域経済の発展に貢献しうるような沖縄の経営組織の特質についても考える。さらにそれに関連すると思われる視聴覚の教材についても逐次利用していく。

【授業の展開計画】

- 1 国際的な企業における経営組織
- 2 イギリスにおける企業経営組織
- 3 アメリカの経営組織
- 4 経済発展と企業者活動
- 5 経営戦略
- 6 経営理念の国際比較
- 7 日本型雇用システムの特質
- 8 欧米と日本の経営組織の比較
- 9 アジア型経営組織と日本的経営
- 10 沖縄の経営組織の特質

参考文献

- 1 中川敬一郎「比較経営史序説」東京大学出版会
アメリカンマネジメントの特質を日米比較の観点から知ることが出来る
- 2 大河内暁男「経営構想力」東京大学出版会
企業経営者の経営行動についての具体的ケースが豊富にもりこまれている
- 3 佐久本朝一「技術革新下の日本型企业社会」ユージン伝株式会社
- 4 佐久本朝一「日本企業と過労シンドローム」中央経済社

【履修上の注意事項】

講義は抽象的な内容になることから、講義中に雑談を行なう学生あるいは20分以上の遅刻者については退席をお願いすることもあるので注意すること。

【評価方法】

出席および2回の論文記述テスト

【テキスト】

技術革新下の労働と日本型企业社会 INNOVATION AND THE JAPANESE STYLE OF BUSINESS SOCIETY
著者 佐久本朝一 発行所 国際経営研究所

【参考文献】

ビジネス実務演習

担当教員 砂川 徹夫・安井 李美子

配当年次 3年

単位区分 必

関連資格

備考 資格科目

開講時期 通年

授業形態 演習

単位数 4.0

【授業のねらい】

本演習では、ビジネス現場の実際を理解すると共に、情報システムの活用技術の習得やビジネスにおける中核を担う人間形成そのものに焦点を当て、現場で役に立つ面接表現（応酬話法）、接客技術、礼儀作法、IT技術等を学習する。

【授業の展開計画】

1 週目	オフィスワーカーの役割	16 週目	オフィス業務の基本知識
2 週目	聞き方の基本と実際	17 週目	情報技術の基本知識
3 週目	話し方の基本と実際	18 週目	ビジネス文書作成、編集、管理
4 週目	文書表現の基本と実際	19 週目	表計算処理、グラフ作成
5 週目	文書表現の事例検討	20 週目	表計算処理（データ管理）
6 週目	接客マナーの基本と実際	21 週目	グループウェア（情報共有）
7 週目	応対の基本と実際	22 週目	グループウェア（スケジュール管理）
8 週目	礼儀作法の基本と実際	23 週目	インターネット（情報の収集）
9 週目	会社の仕組みと組織	24 週目	インターネット（情報の発信）
10 週目	会社の規律と勤務条件	25 週目	ビジュアルな企画書の作成
11 週目	仕事に対する基本姿勢	26 週目	プレゼンテーション技法
12 週目	ビジネスの実際（1）	27 週目	ビジネス実務課題1（グループ研究）
13 週目	ビジネスの実際（2）	28 週目	ビジネス実務課題2（グループ研究）
14 週目	ビジネスの実際（3）	29 週目	課題発表（グループ発表）
15 週目	前期試験	30 週目	課題発表（グループ発表）

【履修上の注意事項】

課程科目ですので、卒業単位にはなりません。また、登録履修には、4単位4000円の単位料が必要です。

【評価方法】

出席、課題演習、演習レポート提出、プレゼンテーション等を通して総合評価し、80点以上が優、70点以上が良、60点以上が可と評価し単位を与える。

【テキスト】

実際のビジネス現場で使用されている資料等をもとに、その都度、プリント教材を作成し配布する。

【参考文献】

ベンチャー経営論 I

担当教員 岩橋 建治

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

ベンチャー経営についての理解を深める。ベンチャーの本質は革新を生み出すことにある。そのため、ベンチャー経営に関する知識は、起業を志す者に限らず、すべての産業人に、現状を乗り越えるための発想の転換を促す可能性をもつ。この授業では、ベンチャー経営に関する基礎知識を学ぶとともに、ベンチャー企業の成否を左右するさまざまな環境要因について検討を行う。

【授業の展開計画】

1. 理論
 - (1) ベンチャー企業とは
 - (2) 起業家とベンチャー企業
 - (3) 起業のプロセスと成長戦略
 - (4) 組織のマネジメント
2. ファイナンスとマーケティング
 - (1) ベンチャー・ファイナンス
 - (2) マーケティング
3. 外部環境
 - (1) 組織間関係
 - (2) 組織の失敗要因の分析
 - (3) コミュニティ・ビジネス
4. 会社設立と起業の実践について
5. 中間レポートの報告

【履修上の注意事項】

県内外のベンチャー企業に対する関心を深めて欲しい。

【評価方法】

期末試験（80%）、中間レポート（20%）

【テキスト】

金井一頼・角田隆太郎 編著（2002）『ベンチャー企業経営論』有斐閣。

【参考文献】

適宜紹介する。

マーケティング英語

担当教員 カン ルーダス

配当年次 3年

単位区分 選択

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

The purpose of this class is to provide students with an opportunity to confront and use English as they explore aspects of marketing. It is assumed that students have already taken a course (taught in Japanese) in marketing theory, though that is not a requirement for enrollment. NOTE: knowledge and skill in English is desirable but not required; creative teamwork is essential.

【授業の展開計画】

TENTATIVE SCHEDULE...to be adjusted according to the students and their progress and interests.
1-2 Introduction of semester plans and procedures; getting acquainted; “job-contracting”.
3-9 As planned, each class session will be “self-contained”. Materials used in class will be those provided by the teacher or by the students and will generally be in English. “Lectures” will be interactive; students will participate as individuals and as members of variable teams. Focus is on recognition of principles of marketing and creative application of those principles. Some class sessions will involve team-competitive on-campus search during the class period.
10 Library research (class will probably meet in the library for this session)
11-14 Workshops, presentations, and other student-developed activities related to marketing.
15 Class- and self-evaluation

【履修上の注意事項】

Active participation by the students is expected; in-class behavior should be supportive, not disruptive. A maximum of five absences is tolerated, but all absences must be “made up” by negotiation requiring student performance if the student wishes to pass or obtain his/her contracted grade. Grades are determined by the student according to advance contract and subsequent evidence of adherence to the terms of their contract.

【評価方法】

Self- and peer-assessment are fundamental to this course. Students choose the grade they wish to “earn” and receive it if they fulfill their “contract” and if they can convincingly support their claim of eligibility for that grade. (Students are NOT graded on their skill or competence in English.)

【テキスト】

No specific text required. Materials prepared by the students and/or instructor will be utilized. Students should become familiar with the world they live in--it's the best textbook available!

【参考文献】

Philip Kotler & Gary Armstrong. 1991. Principles of Marketing (5th edit). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

民法

担当教員 福里 芝人

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

私たちの日常生活について規律する民法（特に財政法）について学習する。特に、この民法Ⅰでは、契約がどのようにして発生するのか、また、契約はどのような場合に無効や取り消しとなるのかについて学習する。同時に、誰が契約の主体となり、何に対して権利義務を持つのかについても学んでいく。

【授業の展開計画】

第1週：登録受付、講義ガイダンス、民法の全体像と学習の方法についての説明。
第2週：契約の成立と権利義務の発生。
第3週：未成年者の契約、成年後見制度とはどのようなものか。
第4週：契約における意思表示とは？ 契約の無効・取り消しとは？
第5週：代理人を利用した契約の問題点。
第6週：時の経過による権利義務の取得・消滅。
第7週：物に対する権利と人（の行為）に対する権利。
第8週：不動産・動産の二重売買。
第9週：所有権の意義、所有権をめぐる隣家との争い。
第10週：所有権の証明と占有権、その他の物権。
第11週：債権の発生と消滅（1）
第12週：債権の発生と消滅（2）
第14週：予備日
第15週：前期のまとめ、試験

【履修上の注意事項】

講義を受講する学生は毎回きちんと予習・復習をしっかり行なって講義についていけるよう準備していただきたい。特に遅刻や欠席は、たった1回だけであっても、その間に講義はどんどん進行していくので、そのことをしっかりと自覚して日頃から取り組んでいただきたい。当然ながら、私語は厳禁。教科書・六法（平成19年版）を必ず携帯すること。※後期開講の「民法Ⅱ」を受講予定の学生は、この「民法Ⅰ」を受講していた方が望ましい。

【評価方法】

講義への参加姿勢、試験、レポートなどを総合的に評価する。

【テキスト】

第1週の講義の時間に紹介する。

【参考文献】

内田貴『民法Ⅰ～Ⅳ』東京大学出版会）
遠藤浩・川井健 他編『民法1～9』（有斐閣双書） ※その他、随時紹介する。

流通政策論 I

担当教員 河田 賢一

配当年次 3年

単位区分 選択

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

本講義は日本に百貨店が誕生して以降の、流通政策の移り変わりについて学んでいきます。流通政策は基本的に大規模小売業（百貨店、総合スーパー）と中小小売業との対立という図式で展開されています。その流れについて見ていきます。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	小売商業政策の分析視覚
3	第1次百貨店法の成立①
4	第1次百貨店法の成立②
5	第2次百貨店法の特質①
6	第2次百貨店法の特質②
7	第2次百貨店法の特質③
8	大規模小売店舗法の制定①
9	大規模小売店舗法の制定②
10	大規模小売店舗法の制定③
11	大店法改正とその後の規制強化①
12	大店法改正とその後の規制強化②
13	流通規制緩和の展開①
14	流通規制緩和の展開②
15	講義のまとめ 16回目：期末試験
16	

【履修上の注意事項】

【評価方法】

期末試験（70%）、出席点および受講態度（30%）

【テキスト】

加藤義忠・佐々木保幸・真部和義『小売商業政策の展開（改定版）』2006年

【参考文献】

流通政策論Ⅱ

担当教員 河田 賢一

配当年次 3年

単位区分 選択

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

本講義は日本に百貨店が誕生して以降の、流通政策の移り変わりについて学んでいきます。流通政策は基本的に大規模小売業（百貨店、総合スーパー）と中小小売業との対立という図式で展開されています。しかしながら1990年前後からそれまでの流通政策が大きく転換されてきています。その流れについて見てゆきます。

【授業の展開計画】

週	授 業 の 内 容
1	ガイダンス
2	大店法の再改正と見直し①
3	大店法の再改正と見直し②
4	大店法の廃止と大店立地法の制定①
5	大店法の廃止と大店立地法の制定②
6	戦前から高度経済初期までの中小小売商業政策①
7	戦前から高度経済初期までの中小小売商業政策②
8	戦前から高度経済初期までの中小小売商業政策③
9	流通近代化政策と中小小売商業振興法①
10	流通近代化政策と中小小売商業振興法②
11	特定商業集積整備法と街づくり①
12	特定商業集積整備法と街づくり②
13	中心市街地活性化法と街づくり①
14	中心市街地活性化法と街づくり②
15	講義のまとめ 16回目：期末試験
16	

【履修上の注意事項】

本講義を履修する場合、講義内容を理解するためにも可能な限り流通政策論Ⅰも履修していることが望ましい。ただし流通政策論Ⅰのみを履修することは一向にかまいません。

【評価方法】

期末試験（70%）、出席点および受講態度（30%）

【テキスト】

加藤義忠・佐々木保幸・真部和義『小売商業政策の展開（改定版）』2006年

【参考文献】

eコマース・マーケティング

担当教員 上地 哲

配当年次 3年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

インターネットの普及はマーケティングの在り方を劇的に変化させてきた。生産規模の小さな沖縄のような産地。こだわり商品を、欲しい量・品種・頻度で求める多様な顧客ニーズ。ユビキタス社会と言われる発達した情報化社会の消費者、市場とインターネットショッピングの現状を知り、Eコマースマーケティングを学んでもらう

【授業の展開計画】

- 1週：ユビキタス社会はドラエモンの“どこでもドア”
- 2週：Eコマース市場の概要
- 3週：工業化社会から情報化社会への変化
- 4週：高くても満足を買う消費者の台頭と平均的消費者の終焉
- 5週：消費者の構造と顧客ターゲットニング
- 6週：Eコマースでつくる顧客との接点
- 7週：コンプライアンスと顧客対応
- 8週：Eコマースで本当に大切なこと～トラブルの未然防止
- 9週：Eコマース運営でのセキュリティ対策
- 10週：決済システム
- 11週：ショッピングモールとショップ
- 12週：集客・誘客ノウハウ
- 13週：アフィリエイト
- 14週：Eメールマーケティング
- 15週：沖縄の商品をインターネットで全国へ販売

【履修上の注意事項】

PCやインターネットの操作能力を前提に授業を進める。

【評価方法】

出席、発表、レポートにより総合的に評価する。

【テキスト】

授業の過程で適時指定します。

【参考文献】

授業の過程で適時指定します。

卒業論文演習 I

担当教員 佐久本 朝一

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

【授業の展開計画】

4年生の演習では、ベンチャービジネスへ向けたホームページの作成に加えて進路相談など可能な限り個別の指導を行うことにしたい。

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

卒業論文演習 I

担当教員 宮森 正樹

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

マーケティング及び広告全般から沖縄社会を総合的に考察する為の応用力を身につける。専門書の読み方，マーケティング的文章の書き方，人前に出たプレゼンテーションの仕方，情報収集の方法など，卒業論文2につながるものを学ぶ。また，各自がテキストを深く読み込んで理論を整理し，論文の理論的援用を方法を学ぶ。本ゼミでは基本的に実践的活動を目指しているので，論文の情報収集として，一人ひとりが実社会に飛び出して多くの人と会い，理論と実践の統合を目指す。

【授業の展開計画】

- 1・2週目 演習の進め方オリエンテーション
- 3・4週目 論文執筆指導(1)
- 5・6週目 論文執筆指導(2)
- 7・8週目 論文執筆指導(3)
- 9・10週目 論文執筆指導(4)
- 11・12週目 論文執筆指導(5)
- 13・14週目 論文執筆指導(6)

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 事前にテキストを読んてくること。
- (3) 提出物を〆切を過ぎて出した者は減点，あるいは点数無し。
- (4) 授業中のおしゃべりは，他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらおう。
- (5) マーケティング論を履修した者のみ受け付ける。

【評価方法】

出席 (15%)，発表 (10%)，レポート (10%)，論文 (60%)，質問回数 (5%) 等で総合的に評価する。

【テキスト】

プリントを配布する

【参考文献】

- ①現代マーケティングの構図：嵯峨野書院
- ②コトラーのマーケティング思考法：東洋経済

卒業論文演習 I

担当教員 天野 敦央

配当年次 4年

単位区分 必

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

【授業の展開計画】

- | 回 | 内容 | 回 | 内容 |
|----|----------------|---|----|
| 1 | 演習のすすめ方、評価のしかた | | |
| 2 | 研究対象 (1) | | |
| 3 | 研究対象 (2) | | |
| 4 | アメリカ経営学 | | |
| 5 | アメリカ経営学 (2) | | |
| 6 | ドイツ経営学 (1) | | |
| 7 | ドイツ経営学 (2) | | |
| 8 | 企業論 (1) | | |
| 9 | 企業論 (2) | | |
| 10 | 経営管理 (1) | | |
| 11 | 経営管理 (2) | | |
| 12 | 意思決定 (1) | | |
| 13 | 意思決定 (2) | | |
| 14 | 経営戦略 (1) | | |
| 15 | 経営戦略 (2) | | |

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

卒業論文演習 I

担当教員 大城 建夫

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

卒業論文演習 I（4年次）では、専門演習 I、II（3年次）を基礎にして会計学の領域の中から、各自関心のあるテーマを選定し、文献等の収集、レジメ作成、発表し、討論を行う。社会人として必要な「読み、書き、話す」ことの総合的能力を身につけるための成果として卒業論文を完成させて欲しい。論文をまとめていくことは、大変な労力も要するが、就職活動と並行的させて計画的に進めて思い出の作品として仕上げたい。

【授業の展開計画】

テーマの選定は、各自自由に興味のある会計分野について相談しながら決めていくことにする。また、論文をまとめる過程においては、各自章ごとに相談しながら書いてもらうので、出席はきちんとしてもらいたい。

ゼミは、次のような順序で進めていきたいと思えます。

1. ゼミの進め方
2. 文献収集とテーマのを決定
3. テーマの概要と目次の決定
4. テーマと概要の発表
5. 本文の章のまとめと添削指導
6. 社会人講師の講話

【履修上の注意事項】

A4用紙でワープロ入力（40字×30行）で11～13枚を卒業論文として作成し、発表を行う。また、簿記検定等についても積極的に受験すること。

【評価方法】

成績評価は、卒業論文の概要と発表、簿記検定の合格、出席状況、ゼミへの質疑態度等を参考にして総合的に評価する。

【テキスト】

使用しません。

【参考文献】

広瀬義州『財務会計』中央経済社、成道秀雄『税務会計論』中央経済社、大城建夫『税務会計の理論的展開』同文館出版など

卒業論文演習 I

担当教員 清村 英之

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

この演習では、「使える会計知識」「役に立つ会計技法」を身につけることを目指して、会計が現代の経済社会の中でどういう役割を果たしているか、また、会計の知識を得ることで何ができるかを学びます。この一年間は、個人およびグループでの企業・業界研究を進め、卒業論文をまとめます。

【授業の展開計画】

昨年度に引き続き、個人およびグループでの企業・業界研究を進めます。具体的には、①企業集団の会計情報（連結会計情報）を入手し、様々な手法を用いてこれを分析し、その結果を発表します。また、②それぞれの企業の社史、事業内容、経営方針などを調べることによって、分析対象企業に関する理解を深めます。さらに、③研究対象としている業界の動向を探り、それぞれの業界の特徴を明らかにします。最後に、④この2年間の研究成果を卒業論文としてまとめるとともに、セミナーハウスで発表会を行います。

【履修上の注意事項】

「専門演習Ⅱ」を履修済みの学生しか登録できません。

【評価方法】

出席、発表、課題などで、総合的に評価します。

【テキスト】

使用しません。

【参考文献】

渋谷武夫『ベーシック経営分析』中央経済社。
谷江武士『事例でわかる連結経営分析』中央経済社。

卒業論文演習 I

担当教員 原田 優也

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

①卒業論文・卒業プロジェクトレポートの作成に向けて、書き方・情報収集・仮説設定の考え方・論文の構成などを学習すること。

②マーケティング的な考え方を実践的に養い、沖縄から全国、世界のビジネス界で活躍できる人材を育てます。

【授業の展開計画】

履修生は(1) 卒業プロジェクトと(2) 卒業論文のどちらか一つ選択し、一年間かけて取り組みます。
(注意：研究テーマが決定したら、個人か少人数のグループ・プロジェクトですすめるかを決定してもらう。)

1) 卒業論文：興味があるテーマについて文献調査し、テーマを絞り込んでから対象とする問題点などについて客観的に分析し、卒業論文を執筆する。

2) 卒業プロジェクト：「実用可能性の高い新商品開発」についてアイデアを出し、マーケティング・プランを作成する。新商品の開発段階・背景・生産工程、競合他社のリサーチ、新商品に対する消費者の購買行動について調査・分析を行う作業を通して、メーカーに必要な知識や技能を習得します。

- (1) 卒業論文・卒業プロジェクトとは何か / ゼミ運営の方針説明
- (2) 研究計画書・レジュメの作成方法・著作権・発表方法・参考文献・引用方法の確認
- (3) 論文テーマの選定(先行研究、分析方法、仮説設定など)
- (4) 卒論テーマ・プロジェクトテーマの確定/年間計画書の提出
- (5) 先行研究の整理(1)
- (6) 先行研究の整理(2)
- (7) 先行研究の整理(3)
- (8) 仮説設定と分析方法(1)
- (9) 仮説設定と分析方法(2)
- (10) 卒業論文・卒業プロジェクト執筆：個別指導①
- (11) 卒業論文・卒業プロジェクト執筆：個別指導②
- (12) 卒業論文・卒業プロジェクト執筆：個別指導③
- (13) 卒論・卒プロジェクト内容の発表及び討論(1)
- (14) 卒論・卒プロジェクト内容の発表及び討論(2)
- (15) 卒論・卒プロジェクト内容の発表及び討論(3)
- (16) 卒業論文・卒業プロジェクトの中間レポートの提出

【履修上の注意事項】

- ①個人とグループ発表の時、自分の意見とディスカッションを行うことが大前提です。
- ②ゼミ生は必ず7月中旬の発表会に参加しなければなりません。
- ③授業に参加し、積極的に学ぶ姿勢(パティシペーションなど)が必要である。

【評価方法】

発表内容(50%)・出席および受講態度(50%)などで総合的に評価する。

【テキスト】

講義の中で、適切なテキストを指示する。

【参考文献】

必要に応じて講義中に紹介します。

卒業論文演習 I

担当教員 木下 和久

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

管理会計の視点からビジネスの事象について検討する。
実際に企業への調査を行ない、調査結果を論文としてまとめる。
調査への過程で、実務に触れるとともに、企業内部のロジックを外部の視点から解き明かすことを目指す。

【授業の展開計画】

前期は教材を利用しながら、同時に企業調査・研究の準備を進める。
夏期休講期間に企業調査を実施する。
後期は企業研究と更なる企業調査を実施し、卒業論文の作成を目指す。

【履修上の注意事項】

【評価方法】

ゼミへの貢献、提出課題により評価を行なう。

【テキスト】

【参考文献】

卒業論文演習 I

担当教員 岩橋 建治

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 前期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

卒業論文執筆のための指導を行う。研究を通じて、自分自身が何を望んでいるのか（自己分析）、その研究を深めることで誰にどのような貢献ができるのか（社会における役割）を、納得のいくまで考えて欲しい。

【授業の展開計画】

卒業論文の研究に関しては、授業時間中だけでは指導が不十分なため、授業時間以外も適宜連絡の上で、毎週課外の指導をおこなうことを前提とする。
それぞれの研究の進捗状況に応じて、適宜指示を与える。

【履修上の注意事項】

卒業論文の分量は16,000字～20,000字程度を目安とする。

【評価方法】

卒業論文を含め、課題の完成度で評価する。

【テキスト】

なし。

【参考文献】

適宜紹介する。

卒業論文演習Ⅱ

担当教員 佐久本 朝一

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

比較経営および日本企業における基礎的な理論を学んでいく。また、それに関連したベンチャービジネスにおける経営改善や意思決定に役立つ資料の作成およびホームページ作成の実習も行う。

【授業の展開計画】

- 1 比較経営論の一般的な文献を選定させ、発表する。
- 2 ベンチャービジネスへ向けたホームページ作成を指導する。

【履修上の注意事項】

講義は学生の自主的な発表を中心に進めていくことから、積極的に参加意識を持つことが前提となる。

【評価方法】

出席および論文発表

【テキスト】

【参考文献】

卒業論文演習Ⅱ

担当教員 宮森 正樹

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

マーケティング及び広告全般から沖縄社会を総合的に考察する為の応用力を身につける。専門書の読み方、マーケティング的文章の書き方、人前に出たプレゼンテーションの仕方、情報収集の方法など、卒業論文作成につながるものを学ぶ。また、各自がテキストを深く読み込んで理論を整理し、論文の理論的援用の方法を学ぶ。本ゼミでは基本的に実践的活動を目指しているので、論文の情報収集として、一人ひとりが実社会に飛び出して多くの人と会い、理論と実践の統合を目指す。

【授業の展開計画】

- 1・2週目 論文執筆指導(7)
- 3・4週目 論文執筆指導(8)
- 5・6週目 論文執筆指導(9)
- 7・8週目 論文執筆指導(10)
- 9・10週目 論文執筆指導(11)
- 11・12週目 論文執筆指導(12)
- 13・14週目 論文発表

【履修上の注意事項】

- (1) 出席を重視する。
- (2) 事前にテキストを読んてくること。
- (3) 提出物を〆切を過ぎて出した者は減点、あるいは点数無し。
- (4) 授業中のおしゃべりは、他の学生の迷惑となるので教室より退出してもらおう。
- (5) マーケティング論を履修した者のみ受け付ける。

【評価方法】

出席(15%)、発表(10%)、レポート(10%)、論文(60%)、質問回数(5%)等で総合的に評価する。

【テキスト】

プリントを配布する

【参考文献】

- ①現代マーケティングの構図：嵯峨野書院
- ②コトラーのマーケティング思考法：東洋経済

卒業論文演習Ⅱ

担当教員 天野 敦央

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

年間テーマを、「経営管理論」とする。

【授業の展開計画】

- | 回 | 内容 |
|----|-----------------|
| 16 | 経営組織 (1) |
| 17 | 経営組織 (2) |
| 18 | 労務管理 (1) |
| 19 | 労務管理 (2) |
| 20 | 財務管理 (1) |
| 21 | レポート執筆開始 |
| 22 | 販売管理 (1) |
| 23 | 後期末：レポート提出締切り |
| 24 | 計画と統制 (1) |
| 25 | 計画と統制 (2) |
| 26 | いわゆる「日本的経営」 (1) |
| 27 | いわゆる「日本的経営」 (2) |
| 28 | 企業の社会的責任 (1) |
| 29 | 企業の社会的責任 (2) |
| 30 | 予備日 |

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

卒業論文演習Ⅱ

担当教員 清村 英之

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

この演習では、「使える会計知識」「役に立つ会計技法」を身につけることを目指して、会計が現代の経済社会の中でどういう役割を果たしているか、また、会計の知識を得ることで何ができるかを学びます。この一年間は、個人およびグループでの企業・業界研究を進め、卒業論文をまとめます。

【授業の展開計画】

昨年度に引き続き、個人およびグループでの企業・業界研究を進めます。具体的には、①企業集団の会計情報（連結会計情報）を入手し、様々な手法を用いてこれを分析し、その結果を発表します。また、②それぞれの企業の社史、事業内容、経営方針などを調べることによって、分析対象企業に関する理解を深めます。さらに、③研究対象としている業界の動向を探り、それぞれの業界の特徴を明らかにします。最後に、④この2年間の研究成果を卒業論文としてまとめるとともに、セミナーハウスで発表会を行います。

【履修上の注意事項】

「卒業論文演習Ⅰ」を履修済みの学生しか登録できません。

【評価方法】

出席、発表、課題などで、総合的に評価します。

【テキスト】

使用しません。

【参考文献】

渋谷武夫『ベーシック経営分析』中央経済社。
谷江武士『事例でわかる連結経営分析』中央経済社。

卒業論文演習Ⅱ

担当教員 原田 優也

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

- ①卒業論文・卒業プロジェクトレポートの作成に向けて、書き方・情報収集・仮説設定の考え方・論文の構成などを学習すること。
- ②マーケティング的な考え方を実践的に養い、沖縄から全国、世界のビジネス界で活躍できる人材を育てます。

【授業の展開計画】

- (1) 後期日程のガイダンス
- (2) 卒業論文・卒業プロジェクトの研究手法・先行研究・仮説設定などの再検討①
- (3) 卒業論文・卒業プロジェクトの研究手法・先行研究・仮説設定などの再検討②
- (4) 卒業論文・卒業プロジェクトの研究手法・先行研究・仮説設定などの再検討③
- (5) 卒業論文・卒業プロジェクト執筆：個別指導①
- (6) 卒業論文・卒業プロジェクト執筆：個別指導②
- (7) 卒業論文・卒業プロジェクト執筆：個別指導③
- (8) 卒業論文・卒業プロジェクト執筆：個別指導④
- (9) 卒業論文・卒業プロジェクト執筆：個別指導⑤
- (10) 卒業論文・卒業プロジェクト執筆：個別指導⑥
- (11) 卒業論文・卒業プロジェクト執筆：個別指導⑦
- (12) 卒業論文・卒業プロジェクト執筆：個別指導⑧
- (13) 卒論・卒プロジェクトの原稿の校正①
- (14) 卒論・卒プロジェクトの原稿の校正②
- (15) 卒論・卒プロジェクトの原稿の印刷
- (16) 卒業論文・卒業プロジェクトの提出

注意：履修生は：(1)卒業プロジェクト と (2)卒業論文のどちらか一つ選択し、一年間かけて取り組みます。
(注意：研究テーマが決定したら、個人か少人数のグループ・プロジェクトですすめるかを決定してもらう。)

【履修上の注意事項】

- ①個人とグループ発表の時、自分の意見とディスカッションを行うことが大前提です。
- ②授業に参加し、積極的に学ぶ姿勢（パティシペーションなど）が必要である。

【評価方法】

発表内容（50％）・出席および受講態度（50％）などで総合的に評価する

【テキスト】

講義の中で、適切なテキストを指示する。

【参考文献】

必要に応じて講義中に紹介します。

卒業論文演習Ⅱ

担当教員 木下 和久

配当年次 4年

単位区分 必

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

関連資格

備考

【授業のねらい】

卒業論文演習Ⅰを参照のこと

【授業の展開計画】

【履修上の注意事項】

【評価方法】

【テキスト】

【参考文献】

卒業論文演習Ⅱ

担当教員 岩橋 建治

配当年次 4年

単位区分 必

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 演習

単位数 2.0

【授業のねらい】

卒業論文執筆のための指導を行う。研究を通じて、自分自身が何を望んでいるのか（自己分析）、その研究を深めることで誰にどのような貢献ができるのか（社会における役割）を、納得のいくまで考えて欲しい。

【授業の展開計画】

卒業論文の研究に関しては、授業時間中だけでは指導が不十分なため、授業時間以外も適宜連絡の上で、毎週課外の指導をおこなうことを前提とする。

それぞれの研究の進捗状況に応じて、適宜指示を与える。

【履修上の注意事項】

卒業論文の分量は16,000字～20,000字程度を目安とする。

【評価方法】

卒業論文を含め、課題の完成度で評価する。

【テキスト】

なし。

【参考文献】

適宜紹介する。

卒業論文演習Ⅱ

担当教員 大城 建夫

配当年次 4年

単位区分 選択

関連資格

備考

開講時期 後期

授業形態 一般講義

単位数 2.0

【授業のねらい】

卒業論文演習（4年次）では、専門演習Ⅰ、Ⅱ（3年次）を基礎にして会計学の領域の中から、各自関心のあるテーマを選定し、文献等の収集、レジメ作成、発表し、討論を行う。社会人として必要な「読み、書き、話す」ことの総合的能力を身につけるための成果として卒業論文を完成させて欲しい。論文をまとめていくことは、大変な労力も要するが、就職活動と並行的させて計画的に進めて思い出の作品として仕上げたい。

【授業の展開計画】

テーマの選定は、各自自由に興味のある会計分野について相談しながら決めていくことにする。また、論文をまとめる過程においては、各自章ごとに相談しながら書いてもらうので、出席はきちんとしてもらいたい。

ゼミは、次のような順序で進めていきたいと思います。

1. ゼミの進め方
2. 文献収集とテーマの決定
3. テーマの概要と目次の決定
4. テーマと概要の発表
5. 本文の章のまとめと添削指導
6. 社会人講師の講話

【履修上の注意事項】

A4用紙でワープロ入力（40字×30行）で11～13枚を卒業論文として作成し、発表を行う。また、簿記検定等についても積極的に受験すること。

【評価方法】

成績評価は、卒業論文の概要と発表、簿記検定の合格、出席状況、ゼミへの質疑態度等を参考にして総合的に評価する。

【テキスト】

使用しません。

【参考文献】

広瀬義州『財務会計』中央経済社、成道秀雄『税務会計論』中央経済社、大城建夫『税務会計の理論的展開』同文館出版など