

[戦略領域]

- | | |
|------------------------|-----------------|
| 経営戦略 (2) | 技術経営 (2) |
| ものづくり企業の経営戦略の歴史的展開 (2) | |
| 競争・協調分析 (2) | 海外から見る日本的経営 (2) |
| 国際経営 (2) | 国際経営の実践 (2) |
| 中国における経営 (2) | |
| イスラム圏アジア諸国の企業経営 (2) | |

[マーケティング領域]

- | | |
|------------------------------|------------------|
| 消費者行動 (2) | マーケティング・リサーチ (2) |
| ブランド・マネジメント (2) | 国際マーケティング (2) |
| 商業と流通 (2) | |
| コーポレート・コミュニケーション (広告) (2) | |
| コーポレート・コミュニケーション (広報・IR) (2) | |
| ビジネス特殊講義 (戦略&マーケティング) (2) | |
| ビジネス短期特殊講義 (戦略&マーケティング) (1) | |

[オペレーションズ・マネジメント領域]

- | | |
|----------------------------------|---------------------|
| デザイン・サイエンス (2) | オペレーションズ・リサーチ (2) |
| ロジスティックス (2) | オペレーションズ・マネジメント (2) |
| ITとネットワーク論 (2) | トヨタ生産方式 (2) |
| トランスポーターション・マネジメント (2) | |
| ビジネス特殊講義 (オペレーションズ・マネジメント) (2) | |
| ビジネス短期特殊講義 (オペレーションズ・マネジメント) (1) | |

[環境経営・CSR領域]

- | | |
|------------------------------|---------------|
| 環境会計システム (2) | 環境報告書分析 (2) |
| ISO14001とマネジメント (2) | 資源と環境の経済学 (2) |
| 環境の経済評価 (2) | |
| コーポレート・コミュニケーション (文化メセナ) (2) | |
| 経営理念と企業の社会的責任 (2) | |

[関連領域]

- | | |
|--------------|------------|
| 統計学 (2) | ビジネス数理 (2) |
| 企業と法の経済学 (2) | |

実践科目

- | | |
|----------------|----------|
| プロジェクト研究企画 (2) | |
| プロジェクト研究 (2) | 課題研究 (2) |

産官学連携プロジェクトⅠ（２）
研究指導Ⅰ（２）

産官学連携プロジェクトⅡ（２）
研究指導Ⅱ（２）

コミュニケーション・スキル科目

英語ビジネス・ライティング（２）
ビジネス中国語初級（２）

英語ビジネス・ディスカッション（２）
ビジネス中国語中級（２）

Ⅱ. 履修方法

(1) ビジネス研究科ビジネス専攻における履修方法は以下のとおりとする。

- 1) カリキュラムは、導入科目、コア科目、発展科目、実践科目、コミュニケーション・スキル科目より構成される。課程修了に必要な単位数は、40単位とし、コア科目6科目12単位、発展科目18単位以上、プロジェクト研究企画および課題研究、産官学連携プロジェクトⅡまたは研究指導Ⅱを含む実践科目6単位以上を修得しなければならない（コミュニケーション・スキル科目の修得単位は修了要件に含まない）。
- 2) 導入科目は4単位まで修了に必要な単位に算入することができる。
- 3) 各学期に登録できる実践科目の科目数は1科目を上限とする。課題研究はプロジェクト研究の単位修得後でなければ履修できない。産官学連携プロジェクトⅡは産官学連携プロジェクトⅠの単位修得後でなければ履修できない。研究指導Ⅱは研究指導Ⅰの単位修得後でなければ履修できない。
- 4) 本研究科で適当と認めるときには、他の研究科または他の専攻において修得した単位を4単位を限度として発展科目の単位数に充当することができる。

(2) カリキュラム表
別表①

(3) 履修科目の登録の上限

各年度において学生が履修科目として登録できる単位数は、修了必要単位数を40単位としたこととの関係上、および意欲と能力のある学生に、柔軟で充実した履修を可能にするため、修了要件に含まれない科目を含めて合計30単位を上限とする。

(4) 既修得単位の認定方法

① 他大学院における授業科目の履修等（単位互換）

教育上有益と認められるときは、学生が他の大学院において履修した授業科目について修得した単位について、20単位を超えない範囲で、ビジネス研究科ビジネス専攻における授業科目を履修修得したものとみなし、これを認定する。

② 入学前の既修得単位等の認定

教育上有益と認められるときは、学生がビジネス研究科ビジネス専攻に入学する前に大学院において修得した単位について、本研究科ビジネス専攻における授業科目を履修修得したものとみなし、これを認定する。ただし、この認定は個別科目ごとに行うものとする。入学前の既修得単位を認定できる単位数は、他の大学院の授業科目について本研究科ビジネス専攻において修得したものとみなす単位数と合わせて、20単位を超えないものとする。

(5) 履修指導の方法

各学生に対して、専任教員を指導教員として割り当てる。各教員は担当となった学生の一人ひとりに対し、最も適した履修プランの作成等について、相談に応じ助言を与える。そして、課程修了に至るまで、セメスター毎や進級時等、適宜に、担当学生の学習の進捗状況をチェックし、必要な指導、支援措置を講じる。

Ⅲ. 成績評価の考え方

ビジネス専攻の教育目的が、激化する国際競争において有効な企業経営を可能ならしめる知識、スキル、発想および思考の枠組を兼ね備えた高度専門職業人を養成することであることに鑑みれば、成績評価については、大学学部とは異なる視点から、その客観性・厳格性を確保することが不可欠である。以下は、このような本専攻の教育目的を踏まえた成績評価の基本的な考え方である。

① 導入科目・コア科目

経営に従事する高度専門職業人として必要不可欠な主要職能分野の基本的知識や意思決定支援のための分析ツールの修得に主眼がある授業については、それらが修得できたか否かを確認する単位認定試験を厳格に実施する必要がある。評価については、合格をA+、A、B、Cの4段階に分ける。このような段階別評価を行うことによって、学生に対して、各授業で設定した目標についての各人の到達度を明示し、経営に不可欠である基本的知識や分析ツールを修得するための自学自習を促すことができよう。企業の社会的責任の重要性を理解させ、経営倫理観を滋養することに主眼がある授業については、経営者として要求される問題解決能力を経営倫理観の滋養の観点から判定するものでなければならない。学生に対してその判定評価を明示するために、合格をA+、A、B、Cの4段階評価とする。

② 発展科目

導入科目・コア科目の履修をベースにして、自分の専門とする職能分野（主領域）に係る知識・スキルを深化させ、スペシャリストとしての問題解決能力を構築・発展させること、主領域の専門性を補完する周辺領域および現代の重要な経営課題の知識を深め高度専門職業人としてさらなる強みを獲得できるようにすることに主眼があるので、実践的観点から知識・スキルの修得レベルや問題解決能力の達成度を判定する単位認定試験を厳格に実施する必要がある。評価については、学生が自らの達成度を自認し、自学自習への具体的対応を容易ならしめるために、合格をA+、A、B、Cの4段階評価とする。

③ 実践科目

レポートの作成を通じて、実践的問題解決能力を高めることに主眼があるので、実践的観点から選択テーマの重要性、分析の適切さ、主張の妥当性、および表現力を判定するものでなければならない。学生に対してその判定評価を明示するために合格をA+、

A、B、Cの4段階評価とする。

④ コミュニケーション・スキル科目

国際ビジネス社会、特にアジア地域においては、英語と中国語のコミュニケーション・スキルが特に重要であり、これらの言語のビジネスにおけるディスカッション、ライティング、プレゼンテーションのスキルを磨くことに主眼がある。従って、これらのスキルの修得レベルやその向上の度合いを判定する単位認定試験を厳格に実施する必要がある。単位認定試験として、定期試験に加えて、日々の授業のなかで、筆記や口頭による小テスト、レポート、ディスカッションやプレゼンテーション等の一種の小試験を多数回実施することによって、単位認定試験の厳格さを確保する。評価については、学生が自らの達成度・向上度を自認し、さらなる向上への具体的対応を容易ならしめるために、合格をA+、A、B、Cの4段階評価とする。

⑤ 成績評価の対象と表記

ア. 成績評価の対象としては、講義中の平常点（発言内容等）、期間中の小テストやレポート、および、定期試験（筆記試験またはレポート）の結果を利用するものとする。なお、個別の科目についての成績評価の対象や比重等は、事前にシラバスに明示する。

イ. 成績評価は以下の5段階で表記する。

- A + 90 点以上
- A 80 点～ 89 点
- B 70 点～ 79 点
- C 60 点～ 69 点
- F 59 点以下

すべての科目で成績評価は、その到達目標に照らし合わせて絶対評価で行う。個別の科目の到達目標は、事前にシラバスに明示する。

IV. 進級要件

1年次において、修了要件単位から14単位数以上を修得していない学生は、2年次に進級することができない。進級できなかった学生は2年次の配当科目を履修することができない。ただし、入学前の既修得単位の認定で、入学時に修了要件単位から14単位以上を修得した学生は、1年次から2年次の配当科目を履修することを認めることがある。

V. 修了要件

ビジネス研究科ビジネス専攻に2年以上在学し、所定の単位を修得し、最終試験に合格することとする。なお、入学前の既修得単位をビジネス専攻において修得したものとみなす場合、1年を超えない範囲で当該単位の数に相当する在学期間を短縮することができる。

別表①
カリキュラム表

科目群名称	第1年次		第2年次		修了必要 単位数	
	春学期	秋学期	春学期	秋学期		
導入科目	会計基礎 数理基礎				0以上	40以上
コア科目	経営倫理、ファイナンス基礎、会計と経営、 組織行動、マーケティング基礎、ビジネス 経済学				12	
発展科目	会計領域科目群、ファイナンス領域科目群 ヒューマン・リソース・マネジメント領域科目群 戦略領域科目群、マーケティング領域科目群 オペレーションズ・マネジメント領域科目群 環境経営・CSR領域科目群、関連領域科目群 (他研究科・他専攻開講科目)				18以上	
実践科目		プロジェクト研究企画 (必修)	プロジェクト研究 産官学連携プロジェクトⅠ 研究指導Ⅰ	課題研究 産官学連携プロジェクトⅡ 研究指導Ⅱ	6以上	
コミュニケーション・ スキル科目	英語ビジネス・ディスカッション、英語ビジネス・ライティング、 ビジネス中国語初級、ビジネス中国語中級				修了要件に 含まない	

※導入科目4単位まで、他研究科・他専攻開講科目4単位まで修了に必要な単位に算入することができる。