

総合〈総合〉	クラス		科目コード	配当年次	期 間	人数制限
経営学入門			11385	Ⅲ	春	
担当者名	区分	単位	科目と関係のある実務経験			
栗木 契	選択	2	官公庁や企業のアドバイザー、研修講師、社外取締役、等。			

授業の到達目標

このクラスではKAISEIパーソナリティのA(自律)とI(知性)とS(奉仕)を養うことをめざす。組織において経営にかかわる上で欠かせないコミュニケーション能力、情報活用力、社会情勢の理解、チームワーク、自然・文化への理解を養う。

授業の概要

20世紀に勃興した巨大企業は、神戸の地にも多くの足跡を残している。経営学はこの時期に、この巨大企業の誕生を受けて、アメリカをはじめとする世界の各国で発展していく。このクラスでは、マーケティング論を中心に経営学が現代の各種の企業をはじめとする事業主体において果たす役割を考える。入門のクラスとして具体的な経営に関わるビデオ教材や事例を用いた講義を行う。

授業計画

- 1.オリエンテーション
- 2.経営と何か
- 3.経営学とマーケティング
- 4.マーケティング・ミックス
- 5.製品政策
- 6.価格政策
- 7.チャネル政策
- 8.プロモーション政策
- 9.ゲスト・セッション(マーケティング企画の実験)
- 10.リーダーシップ
- 11.消費者行動の分析
- 12.製品ライフサイクル
- 13.顧客管理
- 14.ブランド管理
- 15.まとめと振り返り

授業の方法

講義とクラスディスカッションを中心に授業を進める。

準備学修

各回の授業の事前学習については、第1回目のガイダンスで説明する。

る。それ以外の準備学習の必要はない。

課題・評価方法

平常点40%、定期試験60%で成績評価を行う。平常点については、毎回の授業の終了前10分間に「振り返りシート」への記入を求め、その記入にもとづく評価を行う。「振り返りシート」への記入については、各回講義の中でフィードバックを行う。

欠席について

出欠の有無は成績評価に直接は影響しない。ただし、毎回の授業時に求められる「振り返りシート」への記入を欠かすことは成績評価(平常点)に影響する。

テキスト

石井淳蔵、嶋口充輝、栗木契、余田拓郎著『ゼミナール・マーケティング入門・第2版』日本経済新聞出版、2013年

参考図書

伊丹敬之、加護野忠男著『ゼミナール経営学入門・第3版』日本経済新聞出版、2003年

日本語〈日本語〉	クラス		科目コード	配当年次	期 間	人数制限
日本語表現法	ET①/ET②		11401	I	春	
担当者名	区分	単位	科目と関係のある実務経験			
箕野 聡子	必修	2				

授業の到達目標

敬語をつかい、文章を書けるようにする。また、敬語をつかい、自己表現ができるようにする。このクラスではKAISEIパーソナリティのK(思いやり)を養う。

授業の概要

言葉を公に使用するという事は、社会的責任を負うということでもある。授業では、社会人として必要な日本語表現の常識を学ぶ。注意深く、日本語に接する訓練をする。

授業計画

- 1.聞く力を養う。
質問力・雑談力を高める。
- 2.間違いやすい「敬語」
尊敬語と謙譲語を学ぶ
- 3.「敬語の種類」
- 4.「日常生活と言葉づかい」(1)
- 5.「日常生活と言葉づかい」(2)
- 6.「ビジネス社会における敬語(1)」
- 7.「ビジネス社会における敬語(2)」
- 8.「さまざまな文章」[文章の構成]
- 9.「原稿用紙の用法」
- 10.「評論文」の書き方。
- 11.「誤用文と推敲の方法」
- 12.「手紙とはがき(1)」
- 13.「手紙とはがき(2)」
- 14.「ビジネス文書」[修辭法と慣用語]
- 15.「就職活動と書類」[さまざまな熟語]

授業の方法

演習中心の授業である。新聞投稿などを通じて、社会と繋がっていく準備をする。

準備学修

Web参照すること。

課題・評価方法

毎回ノートの提出を求める。ノートは、次の週に教員が評価して返却する。平常点70%、定期試験30%

欠席について

小テストやノートの提出は、授業当日が原則となるため、欠席するとその点数がすべて減点される。

テキスト

西尾宣明編『日本語表現法』(樹村房)

参考図書

必要に応じて授業中に随時紹介する。

留意事項

演習が中心の授業となる。

教員連絡先

mino@kaisei.ac.jp

オフィスアワー

直接教員に質問したい場合は、オフィスアワーを活用すること。各教員のオフィスアワーの日時については教務課前掲示板を確認のこと。