

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		教養 I		小松崎伸一		○
授業の種類		授業の方法〔講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載）〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義		2	2×15	週 1 コマ＝2時限×15週 週 2 コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は代理店、メーカーに15年勤務し、マーケティング全般(商品企画、販促、宣伝・広報、プロモーション、新店舗立ち上げ、集客)の、実績を踏まえ、実務者の観点から、ビジネスに必要なマナーを講義していく。

☐ 授業科目の概要

ビジネスマンとして実務マナーの習得「必要とされる資質」「企業実務」「対人関係」「技能」を学ぶ
ビジネス実務マナー検定3級・2級合格対策

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	自己紹介・問題に挑戦	自己紹介、他己紹介、検定概要、マナーについて、時間管理、問題2問に挑戦・解説、宿題Text P12～62必読
2	必要とされる資質	自己紹介(4人チームで行う)、マナーについて、ラーニングピラミッド、問題5問に挑戦・解説、小テスト
3	必要とされる資質・企業実務	自己紹介(4人チームで行う)、小テスト(問題5問・Text事例研究・他30問)→解説「予習 P135～145 敬語テスト範囲」
4	対人関係	メラビアンの法則、挨拶・訪問・来客対応・席次・電話・敬語、敬語テスト→解説、「復習 P90～132」
5	対人関係・技能	交際・情報・文書・会議、小テスト(3・4回で行った問題)→解説、「復習 P155～233」
6	記述問題	記述問題(Textから出題)→解説
7	検定直前対策	演習→解説×2回
8	体感演習	必要とされる資質 (1) (行動・判断・表現力、時間・自己・健康管理)、問題30問→解説
9	体感演習	必要とされる資質 (2) (チームで体感)、問題30問→解説
10	体感演習	企業実務 (1) (仕事の受け方、与え方)、問題30問→解説
11	体感演習	企業実務 (2) (仕事の受け方、与え方)、問題30問→解説
12	体感演習	対人関係・技能(クイズ形式)、問題30問→解説
13	体感演習	就活をイメージした身だしなみ・服装について(チェック)、クイズ形式にてチーム戦
14	考査直前対策	身だしなみ・服装、再チェック、演習問題
15	前期考査	
16		

☐ 到達目標

ビジネス実務マナー検定 3級合格

☐ 成績評価の方法・基準

試験80% 課題10% 出席状況・授業態度10%

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		ビジネスコミュニケーションⅠ（キャリア基礎）		馬場裕		○
授業の種類		授業の方法（講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載））		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

物流系の民間企業で海外担当として従事。内5年間は海外赴任 その後大学教員に転身。

☐ 授業科目の概要

・自分自身を理解し、将来像を考えることで、今、そしてこれから取り組むべきことを明確にする。
その内容に沿った方たちで講義を進めて、対外コミュニケーションスキルを上げ、後期の業界EXPO、本格的な就職活動につなげる。・「過去の自分」をもとにした「自己PR」を完成させる。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエン、自己紹介	半期の流れの説明及び、学生の自己紹介を行う。
2	学校を知る・学科を知る	学校の特長や学科の各授業が、どういう資格につながり、卒業後、どうなっていくための授業なのか、2年間、もしくは3年間の学びについて紹介する。
3	コミュニケーションゲーム （他人から見た自分）	クラスメイトから見た自分と、自身が思っている自分のイメージの違いを認識し、これから行う自己PR（長所）の作成に役立てる。「You are シート」を作成し、他己紹介を行い、スピーチトレーニングの要素を含める。
4	自己理解	「自分史シート」「I am シート」を作成し、自身の強みを知り、なぜそれが身に付いたかを掘り下げて考える。
5	キャリアプランニング	「将来デザインシート」「目標設定シート」を作成し、自身のざっくりとした将来像を考え、そのために必要なもの、今からできることを考える。そこで出てくるものが想定されるものが、第5回以降の授業で学ぶ内容とリンクしていく。
6	対外コミュニケーション①	対外コミュニケーションで必要となることを、例を挙げて解説。ロールプレイングを含めても良い。（例：「会社説明会に参加する」⇒入口でコートは脱ぐ、説明会の聞き方、メモは、質問は、終了後は、など）
7	対外コミュニケーション②	対外コミュニケーションで必要となる、採用担当者への文章の書き方やメール作成の仕方を考える。
8	<自己分析①> 自己PRにつなげる	前回までに取り組んだことを活かして、「学生生活で頑張ったこと」「長所・短所」を考える。
9	<自己分析②> 自己PRを作成する	前回までに取り組んだことを活かして、「自己PR」を完成させる。
10	<自己分析③> 人の自己PRを聞いてみるⅠ	前回までに作成した「自己PR」「学生生活で頑張ったこと」「長所・短所」等を、数名のグループを作って一人ずつ発表する。人からの意見を聞くことで新たな気づきがあったり、参考にできる部分は参考にする。また、発言を聞いている人は、発言者に必ず質問する。（そのため話をしっかり聞き、メモを取る。）
11	<自己分析④> 人の自己PRを聞いてみるⅡ	前回までに作成した「自己PR」「学生生活で頑張ったこと」「長所・短所」等を、数名のグループを作って一人ずつ発表する。人からの意見を聞くことで新たな気づきがあったり、参考にできる部分は参考にする。また、発言を聞いている人は、発言者に必ず質問する。（そのため話をしっかり聞き、メモを取る。）
12	質問力を高める	他学科・他部署の先生が時間を区切り、あるテーマで話をする。学生はチームで質問を考え、代表者が挙手の上、質問をしていく。学生は、質問をするためしっかり話を聞き、メモを取って臨む。（人と話を交えて、複数講師も可。）
13	業界研究「職業・職種を知る」	自身が目指す（興味のある）業界・職種（人によっては具体的な企業）について調査し、各自でまとめて発表する。
14	身だしなみ講座&就職情報サイト登録	これから本格的に就職活動を行う上で必要となる「身だしなみ」について学ぶ。（挨拶や表情についても触れる）さらにマイナビ、リクナビ等の就職情報サイトの登録を行い、後期に向けて活動がスムーズに進められるようにする。
15	前期試験	昨年度の業界EXPO参加票をそのまま使って、自己PR欄を完成させる。いよいよ後期には業界EXPOがある＝（就職活動が本格的に始まる）ことの動機付けにする。

☐ 到達目標

- ・「過去の自分」をもとにした「自己PR」は完成させる。
- ・就職活動の準備段階で必要となる対外コミュニケーションスキルを身に付け、スムーズに業界EXPOに参加できるようにする。

☐ 成績評価の方法・基準

- ・業界EXPO参加票の最後の行まで記入できていれば100点。
- そこから、出欠状況、授業に取り組む姿勢等を考慮し、学科判断で減点する。

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	企業研究 I		齊藤尚仁		○	
授業の種類	授業の方法（講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載））		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週	

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

民間企業の経営企画部門での勤務後、経営コンサルタントとしての法務アドバイス等のを行っている教員が職務経験を授業の中に入れることで、ビジネスの現場で活用する実践的なノウハウを享受する。

☐ 授業科目の概要

内容は、（１）環境変化に順応し成長が期待される、生き残る業界の見方、（２）実際に企業の現場で働いている、働いていた方を招き、業界の置かれた環境状況、その業界で働くにあたり身に着けると役に立つ知識等を講演。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	オリエンテーション
2	業界動向（業界概況）	業界情報収集、アンテナを張ることの重要性
3	業界動向（環境変化）	2000年代から現代までの業界動向
4	業界動向（将来予測）	将来成長が予測される業界
5	職業人講話（素材業界）	イメージーション・ヴィレッジ契約講師：山本
6	職業人講話（化粧品業界）	イメージーション・ヴィレッジ契約講師：大楽
7	職業人講話（コンビニ業界）	イメージーション・ヴィレッジ契約講師：池田
8	職業人講話（IT業界）	イメージーション・ヴィレッジ契約講師：坪内（IT企業経営者）
9	職業人講話（食品業界）	イメージーション・ヴィレッジ契約講師：齊藤
10	職業人講話（航空業界）	イメージーション・ヴィレッジ契約講師：鷹野
11	業界動向（最新動向）	2021年度の最新動向を日経新聞等より抽出し解説（１）
12	業界動向（最新動向）	2021年度の最新動向を日経新聞等より抽出し解説（２）
13	総合演習	グループワーク / 発表
14	総まとめ	
15	レポート作成	
16		

☐ 到達目標

業界の将来動向についての自分の考え方を、相手に伝えることができるレベル

☐ 成績評価の方法・基準

レポート内容と出席率、講義態度を総合的に判断し評価する。

ホームページからのコピー＆ペーストが発覚した場合は0点とする。また、授業態度不良（居眠り、携帯いじり等）で、講師が改善を求めても従わない場合は、大幅な減点とする。

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	簿記会計Ⅰ			高田清志	○	
授業の種類	授業の方法（講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載））			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義			6	6×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手銀行に5年間勤務、その後住宅メーカーでの勤務を経て金融コンサルタントとして独立。

簿記会計の基礎知識から応用レベルの取引の処理及び決算手続について享受する。

☐ 授業科目の概要

初学者向き簿記3級取得のための論点学習と演習

11月までに簿記3級の取得に向けた知識の習得と得点力強化のための演習

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	自己紹介、簿記の概要、授業の進め方等
2	簿記各論①	商品売買
3	簿記各論②	債権債務
4	簿記各論③	固定資産、その他論点、試算表
5	簿記各論④	決算手続き（現金過不足、貯蔵品、売上原価）
6	簿記各論⑤	決算手続き（貸倒引当金、減価償却）
7	簿記各論⑥	決算手続き（経過勘定ほか）
8	簿記各論⑦	精算表、決算整理後残高試算表
9	簿記各論⑧	財務諸表、帳簿、伝票、株式（1）
10	簿記各論⑨	財務諸表、帳簿、伝票、株式（2）
11	総合演習①	テスト形式演習（実施、解説、弱点補強）
12	総合演習②	テスト形式演習（実施、解説、弱点補強）
13	総合演習③	テスト形式演習（実施、解説、弱点補強）
14	総合演習④	テスト形式演習（実施、解説、弱点補強）
15	テスト	授業ごとに60分テスト
16		

☐ 到達目標

簿記3級取得

☐ 成績評価の方法・基準

欠席0…30以上、欠席1…40以上

欠席2…50以上、欠席3…60以上 合格

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		簿記演習Ⅰ		柴野宏行		○
授業の種類		授業の方法〔講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載）〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

税理士として顧問先の税務や経営指導を行っている教員が、
簿記会計の基礎知識、株式会社の会計を中心とした応用レベルの取引の処理及び決算手続について享受する。

☐ 授業科目の概要

初学者向き簿記3級取得のための論点学習と演習
11月までに簿記3級の取得に向けた知識の習得と得点力強化のための演習

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	演習1	簿記の目的、貸借対照表、損益計算書
2	演習2	取引、仕訳、転記、資産表
3	演習3	商品売買
4	演習4	商品売買その他
5	演習5	株式会社・決算
6	演習6	決算・精算表
7	演習7	模擬試験問題（1）
8	演習8	模擬試験問題（2）
9	演習9	模擬試験問題（3）
10	演習10	模擬試験問題（4）
11	演習11	模擬試験問題（5）
12	演習12	模擬試験問題（6）
13	演習13	模擬試験問題（7）
14	演習14	模擬試験問題（8）
15	前期考査	
16		

☐ 到達目標

日商簿記検定3級合格レベル

☐ 成績評価の方法・基準

定期試験60% 平常点40%

なお、平常点については、授業遅刻回数・提出物の適否・授業態度等を勘案して適宜減点する。

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		小売業の類型Ⅰ		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法（講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載））		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「小売業の類型Ⅰ」科目で合格できるスキルの修得を目的とする

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	流通と小売業の役割Ⅰ（流通と小売業）
2	基本講義	流通と小売業の役割Ⅱ（小売業態変化に関する理論仮説）
3	基本講義	流通と小売業の役割Ⅱ（小売業態変化に関する理論仮説）
4	基本講義	流通と小売業の役割Ⅲ（世界の小売業の動向）
5	基本講義	組織形態別小売業の運営特性Ⅰ（総論）
6	基本講義	組織形態別小売業の運営特性Ⅱ（チェーンストアの運営特性）
7	基本講義	組織形態別小売業の運営特性Ⅱ（チェーンストアの運営特性）
8	基本講義	店舗形態別小売業の運営特性Ⅰ（専門店／百貨店の運営特性）
9	基本講義	店舗形態別小売業の運営特性Ⅱ（総合品ぞろえスーパー／ホームセンターの運営特性）
10	基本講義	店舗形態別小売業の運営特性Ⅱ（スーパーマーケット／ドラッグストア／ウォールマートの運営特性）
11	答案錬成問題	客観式問題対策（キーワードチェックリスト問題の実施①）
12	答案錬成問題	客観式問題対策（キーワードチェックリスト問題の実施②）
13	答案錬成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
14	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	後期考査	期末試験
16		

☐ 到達目標

販売士2級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 小テスト30% 出席状況・授業態度40%

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		マーチャンドライジングⅠ		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法（講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載））		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「マーチャンドライジング」科目で合格できるスキルの修得を目的とする

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	マーチャンドライジングの戦略的展開
2	基本講義	マーチャンドライジングの戦略的展開（マーチャンドライジングサイクルの実践）
3	基本講義	商品計画の戦略的展開（商品化政策）
4	基本講義	販売計画の戦略的展開Ⅰ（利益計算）
5	基本講義	販売計画の戦略的展開Ⅱ（利益計算）
6	基本講義	仕入計画の立案と戦略的展開
7	基本講義	販売政策の戦略的展開Ⅰ
8	基本講義	販売政策の戦略的展開Ⅱ（売上管理）
9	基本講義	販売管理政策の戦略的展開
10	基本講義	物流政策の戦略的展開（マーチャンドライジングサイクルにおける付帯業務）
11	答案錬成問題	客観式問題対策（キーワードチェックリスト問題の実施①）
12	答案錬成問題	客観式問題対策（キーワードチェックリスト問題の実施②）
13	答案錬成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
14	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	後期考査	期末試験
16		

☐ 到達目標

販売士2級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 小テスト30% 出席状況・授業態度40%

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		ストアオペレーションⅠ		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法（講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載））		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「ストアオペレーション」科目で合格できるスキルの修得を目的とする

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	戦略的ストアオペレーションⅠ
2	基本講義	戦略的ストアオペレーションⅡ（顧客満足度向上のためのストアオペレーション）
3	基本講義	店舗運営サイクルの実践と管理Ⅰ（発注システムの運用と管理／補充作業）
4	基本講義	店舗運営サイクルの実践と管理Ⅱ（戦略的ディスプレイ／在庫管理）
5	基本講義	戦略的ディスプレイの実施方法Ⅰ（補充型陳列）
6	基本講義	戦略的ディスプレイの実施方法Ⅱ（補充型陳列）
7	基本講義	戦略的ディスプレイの実施方法Ⅲ（展示型陳列）
8	基本講義	LSPの役割と仕組みⅠ（LSPの目的）
9	基本講義	LSPの役割と仕組みⅡ（LSPの開発ルーツと運営の留意点）
10	基本講義	人的販売の実践と管理（販売員の実践知識）
11	答案錬成問題	客観式問題対策（キーワードチェックリスト問題の実施①）
12	答案錬成問題	客観式問題対策（キーワードチェックリスト問題の実施②）
13	答案錬成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
14	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	後期考査	期末試験
16		

☐ 到達目標

販売士2級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 小テスト30% 出席状況・授業態度40%

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	VMDマーケティング I		土屋豊		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		2	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

visual merchandisingの講座をほぼ15年間にわたり教鞭を取って来た。その間、大学、専門学校等に教える場を広め多数の起業家排出にも貢献した。今後も更なるプログラムのクオリティを高め有能な人材育成に努めたい。

☐ 授業科目の概要

小売業の店頭で欠かせないディスプレイのスキルを磨くVisual Merchandisingの基本を学ぶ。
講座では実際に陳列やコーディネート、素材の選定能力等を訓練する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	VMDの基本	VMDの役割、目的、効果と小売業での位置付け
2	VMDの原理	視覚認識と造形心理
3	売上を上げるVMDとは	物販の売上と飲食の売上
4	VMDフォーメーション	三角構成と基本フォーメーション
5	VP,PP,IP その1	その役割と構成手法
6	VP,PP,IP その2	その役割と構成手法
7	売場の仕組み	売場構成とMDのカテゴリー構成
8	動線計画	客動線とは ー主導線、副動線ー
9	陳列と在庫	フェイスングコントロールとストック、ゴールデンスペース
10	雑貨の基本スキル（1）	ファッション小物のディスプレイスキル
11	雑貨の基本スキル（2）	アクセサリーのディスプレイスキル
12	MDリサーチの準備	グループごとにリサーチ対象店舗を決めてリサーチの準備をする
13	MDリサーチの実施	MDリサーチの実施
14	VMD前期のまとめ	前期試験対策
15	前期試験	

☐ 到達目標

小売の店頭で要求されるディスプレイスキルの高度な習得

☐ 成績評価の方法・基準

試験60% 課題20% 出席状況・授業態度20%

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		マーケティングⅠ		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法（講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載））		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「マーケティング」科目で合格できるスキルの修得を目的とする

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	リテールマーケティング戦略の考え方Ⅰ（小売業のマーケティングミックスの考え方）
2	基本講義	リテールマーケティング戦略の考え方Ⅰ（プレイス／プロダクト／プライス／プロモーション戦略）
3	基本講義	リテールマーケティング戦略の実施方法（マーケットリサーチの実施方法）
4	基本講義	顧客戦略の展開方法Ⅰ（CRM）
5	基本講義	顧客戦略の展開方法Ⅱ（FSP）
6	基本講義	リージョナルプロモーションの企画と実践Ⅰ
7	基本講義	リージョナルプロモーションの企画と実践Ⅱ（インスタマーチャンダイジング）
8	基本講義	店舗開発の手順と実践（売場づくりの手順）
9	基本講義	商圈分析ならびに出店戦略の立案（出店戦略の立案）
10	基本講義	商圈分析ならびに出店戦略の立案（出店戦略の方法）
11	答案錬成問題	客観式問題対策（キーワードチェックリスト問題の実施①）
12	答案錬成問題	客観式問題対策（キーワードチェックリスト問題の実施②）
13	答案錬成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
14	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	後期考査	期末試験
16		

☐ 到達目標

販売士2級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 小テスト30% 出席状況・授業態度40%

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		販売経営管理Ⅰ		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法（講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載））		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「販売経営管理」科目で合格できるスキルの修得を目的とする

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	販売管理者の法令知識（取引に関する法知識）
2	基本講義	販売管理者の法令知識（仕入に関する法知識）
3	基本講義	販売管理者の法令知識（販売に関する法知識）
4	基本講義	販売事務管理に求められる経営分析
5	基本講義	販売事務管理に求められる経営分析（経営分析指標Ⅰ）
6	基本講義	販売事務管理に求められる経営分析（経営分析指標Ⅱ）
7	基本講義	小売業の組織体制と従業員管理（雇用・就業の動向と従業員管理）
8	基本講義	小売業の組織体制と従業員管理（雇用・就業の動向と従業員管理）
9	基本講義	小売業の組織体制と従業員管理（人材育成とリーダーシップのあり方）
10	基本講義	予備試験の実施
11	答案錬成問題	客観式問題対策（キーワードチェックリスト問題の実施①）
12	答案錬成問題	客観式問題対策（キーワードチェックリスト問題の実施②）
13	答案錬成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
14	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	後期考査	期末試験
16		

☐ 到達目標

販売士2級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 小テスト30% 出席状況・授業態度40%

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	起業論 I		齊藤尚仁		○	
授業の種類	授業の方法（講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載））		単位数	時限×回数	備考	
選択授業	講義		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週	

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

民間企業の経営企画部門での勤務後、経営コンサルタントとしての法務アドバイス等のを行っている教員が職務経験を授業の中に入れることで、ビジネスの現場で活用する実践的なノウハウを享受する。

☐ 授業科目の概要

事業コンセプトづくりをゴールとし、SWOT分析、競争戦略等の戦略論を講義する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	講師紹介、講義の進め方
2	起業家の意識	起業目的、目標設定、課題の把握
3	ビジネスアイデア	ビジネスニーズの把握：「不」から考える
4	SWOT分析	ビジネスチャンス発見（外部環境）
5	SWOT分析	自分のセールスポイント発見（内部環境）
6	経営戦略（ドメイン）	ターゲティング（標的顧客）
7	経営戦略（ドメイン）	STP（ターゲティング、ポジショニング）
8	経営戦略	ブランド戦略（高付加価値化）
9	経営戦略	選択と集中（マーチャンダイジング）
10	競争戦略	ファイブフォース（競合分析）（1）
11	競争戦略	ファイブフォース（競合分析）（2）
12	競争戦略	3つの戦略（事例）（1）
13	競争戦略	3つの戦略（事例）（2）
14	総合演習	グループワーク / 発表
15	レポート	
16		

☐ 到達目標

SWOTから実現性の高いビジネスアイデアを抽出できる。

☐ 成績評価の方法・基準

①講義を通じて習得した知識をもとに、自分の考えを加味したレポートを最終講義時間に作成（4段階で相対評価）。

②夏休み期間中に、講師より課題を与えレポートを提出。レポート内容により、4段階で相対評価。

③①、②に加え、出席状況、講義内での態度等を総合的に加味し、評価を行う

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	ファイナンシャル概論Ⅰ		坪谷 亮		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
選択授業	講義・演習		2	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

学生時代からFPマネジメント会社に携わり、その後代表取締役役に就任。CFP資格も取得しており、

企業の財務戦略から個人のライフプランニングまで精通。自身の起業経験を基に、実践的な会社経営とファイナンスの知識を指導する。

☐ 授業科目の概要

すべて対面による授業で行う。主体性を持って授業に取り組めるように、自身のライフプラン作成が最後の課題である。

また、人生を歩む過程内容で授業を行うことで、親近感を持って少し遠い未来まで考えてもらう。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	はじめに オリエンテーション	・授業概要・自己紹介、企業紹介・フリーディスカッション
2	【人生設計】自分のライフプランを作成 人生をバックカastingしよう！	・ライフプラン、ライフデザイン、ライフイベントを知ろう 50歳の自分、どうなってる？職業、貯金、資産、生活、家族など。そこから逆算すると・・・○歳で就職？○歳で車買う？○歳で結婚？○歳で出産？ ○歳で住宅購入？
3	【キャリア】就職、どうする？	・大企業で安定？中小企業でやりがい？フリーランスで技術を活かす？起業する？ ・雇用されるメリット・デメリット、独立するメリット・デメリット
4	【日常生活費】独り暮らし、生活費はどのくらいかかる？	・基本生活費とは（生活費、家賃、等々）
5	【資産運用】お給料が入ってきたけど、貯金しておくの？ な・・・資産運用ってどうやるの？	・資産運用って何？資産運用の目的・株式、投資信託、FX、不動産・知っててやるのと、知らずにやるのは天と地の違い！
6	【税金・社会保険】給料、年収、手取り年収、なんで違うの？	・給料明細を見ると「支給額」「控除額」「支払額」って何？年収ってどれ？ ・税金、社会保険のみ
7	【結婚・出産】結婚したいけど、お金どれくらいかかるの？ 子どもとの出会い！おめでたいけどお金が不安・・・	・結婚する前、結婚式、結婚後・・・お金がいっぱいかかりそう。・出産っておめでたいし、うれしいけど、結構お金がかかりますが、社会保障もあります(出産手当金)、育休(雇用保険)
8	【保険】将来に対する漠然とした不安	・もし自分が大きな病気やケガをしたらどうしよう・・・ ・公的保険(健康保険、遺族年金)、民間保険
9	【住宅・車】人生の大きな買い物	・そろそろ自動車(200～300万円)や住宅(3,000～6,000万円)を購入したいな ・ローンってどうやって組むの？住宅ローン減税ってどうやって手続きするの？・持ち家と賃貸の違い
10	【教育】人生3大出費と言われる「教育費」	・皆さんの教育費ってどのくらいかかってるの？ ・保育園・幼稚園→小、中、高校→専門学校 トータル○○万円！
11	【セカンドキャリア】転職してキャリアアップ、年収アップ！	・社会保険、国民年金、企業年金、企業型確定拠出年金どうなるの？ ・独立も！？確定申告書の書き方も記載 ・雇用保険(失業給付)、(教育訓練)
12	【介護】両親の介護、どうする？ 【相続】実家に財産？えっ、こんなにあるの？	・訪問介護やデイサービス、ショートステイに老人ホーム・介護保険や月々の費用 ・実家にはそんなに現金がないから自分には関係ない？資産は現金だけではありません・事前に想定し、準備しておくことが大切
13	【マインドセット】お金ってなんですか？お金の本質	・お金は目的を達成するための手段である。 ・お金と豊かさの相関関係
14	【人生設計】もう一度ライフプランをバックカastingしよう	・ここまで学んできた上で、改めて自分のライフプランシートを作成
15	最終課題提出	ライフプランを完璧に仕上げる

☐ 到達目標

マネーリテラシーの基礎知識を身に付けてうえで

自身のライフプランを作成できるようにする。

☐ 成績評価の方法・基準

試験0% 課題60% 出席状況・授業態度40%

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	教養Ⅱ			小松崎伸一	○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、代理店、メーカーに15年勤務し、新規事業開発、企業向けマナー/営業研修、集客支援等の実績を踏まえ、
ビジネスの現場で必要な文書（社内外、メール）を講義する

☐ 授業科目の概要

ビジネスパーソンとして文書知識を習得し、ビジネス文書検定3級の合格をめざす。また、就職活動に必要な文書、メールの書き方等の
実践に資するスキルを高める。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	講師自己紹介、ビジネス文書の必要性、意義、検定概要説明
2	模擬テスト	ビジネス文書検定3級の過去問を使い、全体像を理解する
3	ビジネス文書検定 「表記技能」	講義、過去問テスト、ポイント解説
4	ビジネス文書検定 「表現技能」	講義、過去問テスト、ポイント解説
5	ビジネス文書検定 「実務技能」①	講義、過去問テスト、ポイント解説
6	ビジネス文書検定 「実務技能」②	講義、過去問テスト、ポイント解説
7	検定直前対策	過去問を中心とした振り返りテスト、解説
8	就職活動の文書	メールの署名、就職活動におけるメール文例
9	就職活動の文書	就職活動におけるメール文例
10	就職活動の文書	小テスト
11	就職サイト登録	大手就職サイトに登録、表記、内容等確認
12	自己PR、志望動機の書き方	書き方講義、事例を踏まえ、自分の文章を検討
13	自己PR、志望動機の書き方	自分の文章完成
14	総括	授業振り返り
15	定期考査	
16		

☐ 到達目標

ビジネス文書検定 3級合格
就職活動に必要な文書スキル習得

☐ 成績評価の方法・基準

試験60% 課題20% 出席状況・授業態度20%

2026年度	後期	経営学科	1 年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	ビジネスコミュニケーションⅡ		川島里美		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		2	2×15	週1コマ=2時限×15週 週2コマ=4時限×15週	

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

人事の経験を活かし、企業が評価するポイントを伝えるとともに、面接対応、履歴書の作成などを成功事例や改善点を交えて指導します。
また、研修講師として問題解決型ワークショップを実施し、学生がキャリア課題を発見・解決し、自己理解と戦略的な就職活動を支援します。

☐ 授業科目の概要

1 年前期「ビジネスコミュニケーションⅠ」の流れを引き継ぎ、業界EXPOの準備を通して就職活動に必要な知識を身に付けていきます。
業界EXPO後はリフレクションを通して個人の課題を見つけ、最終的には就職活動を一人でも行える能力を身に付けます。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	意識づけ（就職活動、業界EXPO）	就職活動（社会保険、キャリア形成、準備）、業界EXPO（5つの人間力など）、就職活動スケジュール確認など
2	就職活動のスーツやメイクと就職活動の軸	就職活動を行うためのスーツやメイクについてレクチャー、後半は学生個人の就職活動の軸について考える
3	書類作成①	「就職の軸」/志望動機と自己PR以外の履歴書の書き方をレクチャー（履歴書見本配布）/ HW:EXPO参加企業について調べる（企業研究シート配布）
4	書類作成②	志望動機と自己PRの作成手順の説明し、実際に作成してみる
5	書類作成③	前回作成した自己PR（履歴書自己PR欄＝業界EXPO参加票）を添削し、参加票に清書書きを行う
6	業界EXPO準備①	企業研究：企業研究の仕方をレクチャーし、数名のグループを作り企業を調べて最後の発表を行う
7	業界EXPO準備②	スーツ登校させ事前チェックを行う、業界EXPOでの質問時のマナーを説明し質問を考える、業界EXPO当日の注意事項などを学生パンフを使い確認していく※参加票が完成していない学生は完成させる
8	業界EXPO振り返り	業界EXPOの振り返り（リフレクション）を行い、後半は就職活動マナー（メール、電話、封筒、送り状、お礼状、企業説明会参加のマナーなど）を学ぶ / HW:サイト登録（マイナビ・リクナビ・他）
9	就職活動対策①	エントリーシートの書き方と活動の流れをしっかりと理解する ※理解度テスト（サイト登録確認）
10	就職活動対策②	面接対策①（基本5項目の書き方の説明と作成）
11	就職活動対策③	面接対策②（実践：面接官と受験者を実際に体験してみる）
12	就職活動対策④	グループディスカッション（GD）対策、求人票の見方、今後の就職活動スケジュールの確認など
13	スタログ説明	今年度から導入した就職活動アプリ「スタログ」の使用説明を行う※業者作成の動画
14	期末考査の準備	就職試験でよく聞かれる5項目について考え完成させる
15	期末考査	就職試験基本5項目をそれぞれ指定の字数で書く
16		

☐ 到達目標

就職活動への意識を高め、活動のノウハウを身に付ける。

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 課題10% 出席状況・授業態度60%
日頃の授業態度と「小テスト・考査」の結果を総合的に評価する。

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		コンピュータ演習Ⅰ		市丸聡子		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、経営コンサルティング会社に10年勤務し、新規事業開発、企業向けマナー/営業研修、集客支援等の実績を踏まえ、ビジネスの現場で実際に必要なパソコンスキルを講義する

☐ 授業科目の概要

エクセル、ワード、パワーポイントの基本操作を学ぶ。また、タイピングレベルの向上（最低5分で500文字以上）を目指す。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	講師自己紹介、パソコンスキルの必要性、意義説明
2	エクセル基礎（データ）	タイピング15分、エクセル（データの並び替え、フィルタ、重複、印刷設定等）
3	エクセル基礎（計算式）	タイピング15分、エクセル（SUM、AVERAGE、IF、SUMIF、ROUND、グラフ等）
4	エクセル基礎（書式）	タイピング15分、エクセル（罫線、色付け、オブジェクト、トリミング等）
5	ワード基礎（書式）①	タイピング15分、ワード（文書作成、表の挿入、フォント、文字間隔等）
6	ワード基礎（書式）②	タイピング15分、ワード（ふりがな、文字カウント、オブジェクト、トリミング等）
7	ワード基礎（チラシ作成）	タイピング15分、テーマに従い、チラシ作成
8	パワーポイント基礎（書式）	タイピング15分、パワーポイント（デザイン、スライドマスタ、テキスト・オブジェクト挿入等）
9	パワーポイント基礎（図形）	タイピング15分、パワーポイント（図形の効果、アニメーション、トリミング、グラフ挿入等）
10	パワーポイント基礎（チラシ作成）	タイピング15分、テーマに従い、チラシ作成
11	エクセル応用	タイピング15分、主にMOSの計算式問題
12	エクセル応用	タイピング15分、主にMOSの計算式問題
13	パワーポイント応用	タイピング15分、既定の企画書作成
14	総括	授業振り返り
15	定期考査	すべての課題提出
16		

☐ 到達目標

ビジネスの現場で必要なパソコンスキルを身につける

☐ 成績評価の方法・基準

課題60％ 出席状況・授業態度40％

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	商業簿記Ⅰ		高田清志		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		4	4×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週	

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手銀行に5年間勤務、その後住宅メーカーでの勤務を経て金融コンサルタントとして独立。

簿記会計の基礎知識から応用レベルの取引の処理及び決算手続について享受する。

☐ 授業科目の概要

前半は日商簿記検定2級商業簿記レベルのイントロ授業

後半は本試験レベル問題の演習授業

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	個別論点学習	商品売買 現金預金
2	個別論点学習	債権債務 有価証券
3	個別論点学習	有形固定資産
4	個別論点学習	リース取引 無形固定資産 研究開発費 引当金 外貨換算会計
5	個別論点学習	税金、課税所得 税効果会計
6	個別論点学習	株式の発行 剰余金の配当と処分 決算手続
7	個別論点学習	収益費用の認識基準 本支店会計 合併と事業譲渡
8	個別論点学習	連結会計①
9	個別論点学習	連結会計②
10	個別論点学習	連結会計③
11	個別論点学習	連結会計④
12	総合演習	テスト形式演習①
13	総合演習	テスト形式演習②
14	総合演習	テスト形式演習③
15	テスト	本試験レベルテスト or 要点まとめレポート
16		

☐ 到達目標

簿記2級合格

☐ 成績評価の方法・基準

3級取得（10点）授業点（30点）テスト（100点）

簿記2級取得

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		財務会計Ⅰ		樋口好章		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、1995以来、経営コンサルタント（中小企業診断士）を勤め、数多くの企業診断、企業支援を実施した経験を下に
企業会計の基礎・応用を学習する

☐ 授業科目の概要

企業経営に必要な会計手法、財務諸表の作成手続き、分析評価法について、基礎および応用力をマスターし
中小企業診断士1次試験合格を目指す

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	財務会計とは	制度会計と管理会計、診断士における財務会計
2	貸借対照表	B/Sの構造・資産・負債・純資産・収益・費用
3	損益計算書	営業損益・営業外損益・特別損益
4	経営分析	収益性分析・安全性分析・効率性分析・生産性分析
5	CVP分析	損益分岐点・売上高・変動費・固定費・限界利益・感度分析・安全余裕率
6	投資の経済性計算	NPV法・IRR・収益性指標法・回収期間法・複利現価計数と年金現価計数
7	証券投資論	リスクとリターン・期待値・証券ポートフォリオ・共分散・相関係数
8	理論株価	ディスカウントキャッシュフロー法・純資産倍率・利回り・ROAとROE
9	CAPM理論	リスクフリーレート、β値、市場ポートフォリオ
10	企業価値	MM理論、株式指標、割引配当モデル、成長モデル
11	簿記と決算	簿記の手順、決算仕訳、減価償却、経過勘定
12	キャッシュフロー計算書	直接法、間接法、作成プロセス、CF分析
13	原価計算	直接原価計算、標準原価計算、個別原価計算、総合原価計算
14	企業会計原則	収益費用の認識と測定、減損処理、税効果会計、配当可能額、工事原価
15	後期考査	
16		

☐ 到達目標

中小企業診断士1次試験、財務会計科目に合格できる
実力を身につける

☐ 成績評価の方法・基準

試験60% 課題30% 出席状況・授業態度10%

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		工業簿記Ⅰ		高田清志		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		4	4×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手銀行に5年間勤務、その後住宅メーカーでの勤務を経て金融コンサルタントとして独立。

簿記会計の基礎知識から応用レベルの取引の処理及び決算手続について享受する。

☐ 授業科目の概要

前半は日商簿記検定2級工業簿記レベルのイントロ授業

後半は本試験レベル問題の演習授業

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	個別論点学習	材料費 労務費 経費
2	個別論点学習	個別原価計算①
3	個別論点学習	個別原価計算②
4	個別論点学習	個別原価計算③
5	個別論点学習	総合原価計算①
6	個別論点学習	総合原価計算②
7	個別論点学習	総合原価計算③ 財務諸表
8	個別論点学習	標準原価計算
9	個別論点学習	直接原価計算
10	個別論点学習	本社工場会計①
11	個別論点学習	本社工場会計②
12	総合演習	テスト形式演習 2セット
13	総合演習	テスト形式演習 2セット
14	総合演習	テスト形式演習 2セット
15	テスト	本試験レベルテスト or 要点まとめレポート
16		

☐ 到達目標

簿記2級合格

☐ 成績評価の方法・基準

3級取得（10点）授業点（30点）テスト（100点）

簿記2級取得

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		VMD学 I		土屋豊		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

大手物流企業にて、流通・小売部門でバイヤーやマーチャンダイザー（MD）を10年間経験。その後、独立・起業し、企業向けECサイトを立ち上げ、自ら運営。商品企画から販売戦略まで、実体験に基づいた流通・マーケティング論を指導する。

☐ 授業科目の概要

最終的なショップシミュレーションを想定して、経営理念、コンセプト、MD、経営計画、立地、店舗構成、収支計画、広告販促計画、CI戦略等の広い分野を学習し、My Shop Planning（MSP）の立案を行う。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
2	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
3	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
4	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
5	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
6	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
7	コンパス営業中	店舗運営の設計図となる年間経営計画の作成
8	コンパス営業中	経費の仕分け、変動費、固定費、損益分岐点の算出
9	収支計画 1	初期投資、運転資金、減価償却、借入金、営業利益について
10	売場構成	縮尺、平面図作成、（立面図作成）、VMDプラン
11	広告・販促計画	広告、販促、CI の確定
12	各MSPの見直し	見直しとアドバイス
13	ショッププラン最終チェック	パソコン室 ショッププラン最終準備
14	後期試験	パソコン室 ショッププラン提出
15	調整回	調整回
16		

☐ 到達目標

MSPを作成することで小売業の経営感覚を身につける。

☐ 成績評価の方法・基準

My Shop Planing を作成し、その完成度を評価する。

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		店舗運営論Ⅰ		土屋豊		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

大手物流企業にて、流通・小売部門でバイヤーやマーチャンダイザー（MD）を10年間経験。その後、独立・起業し、企業向けECサイトを立ち上げ、自ら運営。商品企画から販売戦略まで、実体験に基づいた流通・マーケティング論を指導する。

☐ 授業科目の概要

行動経済学を現実的な例で理解し、論理的な分析力と課題解決の対応力を身につける。
毎回、テーマになっている課題を考えながら、消費者の購買行動の多様性を理解する。その中で「活きた経済学」を学び取る。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	予測の効果	なぜ心は予測した通りのものを手に入れるのか
2	予測の効果	なぜ心は予測した通りのものを手に入れるのか
3	価格の力	なぜ1セントのアスピリンにできないことが50セントのアスピリンにできるのか
4	価格の力	なぜ1セントのアスピリンにできないことが51セントのアスピリンにできるのか
5	不信の輪	なぜ我々はマーケティング担当者の話を信じないのか
6	不信の輪	なぜ我々はマーケティング担当者の話を信じないのか
7	私たちの品格について（1）	なぜ我々は不正直なのか
8	私たちの品格について（2）	なぜ我々は不正直なのか
9	私たちの品格について（2）	なぜ我々は不正直なのか
10	私たちの品格について（3）	なぜ我々は不正直なのか
11	ビールと無料のランチ	行動経済学とは何か
12	ビールと無料のランチ	行動経済学とは何か
13	期末試験対策	後期のまとめ
14	期末試験	
15		
16		

☐ 到達目標

一般的な経済学の枠を超えて心理学や社会行動学にまで及んだ
生きた経済学を体験する

☐ 成績評価の方法・基準

ディスカッションや小論文の総合評価で各自の習熟度をチェックする

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		ベンチャービジネス実践論Ⅰ		齊藤尚仁		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

民間企業の経営企画部門での勤務後、経営コンサルタントとしての法務アドバイス等の行っている教員が職務経験を授業の中に入れることで、ビジネスの現場で活用する実践的なノウハウを享受する。

☐ 授業科目の概要

本講義は、理系知識を必要とせずにベンチャービジネスの基本を学ぶことを目的とする。起業家精神、ビジネスアイデアの創出、ビジネスモデルの構築、資金調達に加え、イノベーションを中心に据え、実践的かつ未来志向の内容で構成されている。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	イントロダクション	・講義概要説明 ・ベンチャービジネスとは何か（定義・特徴・必要性）
2	ベンチャーとイノベーション	・テスラとEV ・イノベーションは何故ベンチャーから生まれやすいのか
3	事例研究	・日本にはどのようなベンチャービジネスがあるか
4	技術革新とデジタル化	・デジタルトランスフォーメーション（DX）の概念
5	技術革新とデジタル化	・新技術（AI、IoT、ブロックチェーンなど）の活用方法
6	起業家精神 （アントレプレナーシップ）	・起業家とはどのような人物か ・成功する起業家のマインドセットとスキル
7	ビジネスアイデアの発想法	・ビジネスアイデアの発見方法（例：課題発見型、アイデア発想法） ・アイデアの検証（市場性・実現可能性）
8	ビジネスモデルの構築	・ビジネスモデルキャンパスの説明 ・収益構造の設計（誰に・何を・どのように提供するか）
9	プロトタイプ開発とMVP	・プロトタイプとは何か ・最小限の製品（MVP：Minimum Viable Product）での市場テスト
10	資金調達の方法	・ベンチャー企業の資金調達の種類（自己資金、エンジェル投資、VC、クラウドファンディングなど） ・資金調達のプロセス
11	イノベーションの基礎	・イノベーションとは何か ・イノベーションの種類（製品・サービス、プロセス、ビジネスモデル）
12	オープンイノベーション	・オープンイノベーションの概念 ・企業と外部パートナー（大学、研究機関、他企業）との連携
13	アイデア創出	・既存ビジネス×ベンチャービジネスで新しい価値を創出する（演習）
14	まとめ（演習）	過去の授業を振り返り、補足説明をする 後期考查模擬演習を行う
15	後期考查	
16		

☐ 到達目標

- ①ベンチャービジネスの基礎知識を知っている
- ②ベンチャービジネス創出の機会を探す意識を持てる

☐ 成績評価の方法・基準

試験80％ 出席状況・授業態度20％

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	商品学Ⅰ			小松崎伸一	○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			2	2×15	週1コマ=2時限×15週 週2コマ=4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は代理店、メーカーに15年勤務し、マーケティング全般(商品企画、販促、宣伝・広報、プロモーション、新店舗立ち上げ、集客)の、実績を踏まえ、実務者の観点から、いま必要な商品とはなんなのかを講義していく。

☐ 授業科目の概要

現代社会では、環境変化やライフスタイルの変化などによって、消費者の「商品」への関心も変化しているだけでなく、「商品」そのものの役割や考え方も大きく変化している。本講義では「商品」に関する歴史的な経緯や基本的な理論の学習を踏まえ、「商品」という視点から、現代の市場や、企業のマーケティング活動における商品のポイントなどについて理解する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	講師自己紹介、現代の商品市場と商品研究をおこなう
2	商品の概念	商品とは何かを知り商品コンセプトを知る
3	商品の品質と価格	商品の評価、質の評価と価格の評価を学修する
4	商品研究の歴史変遷	商品研究の歴史変遷を知る
5	標準化と商品の価値	商品標準化の存在意義を知り標準化のプロセスを学修する
6	市場の課題と商品開発	市場の課題と消費の問題、商品の問題を理解していく
7	商品デザインとパッケージ	商品のデザイン、デザイン性、ユニバーサルデザインをしる
8	サービス建材における商品	サービスの概念、特性について学修する
9	商品と市場の安全性	商品の安全性確保の考え方の経緯、安全性の意義について学修する
10	ライフスタイルと消費行動	ライフスタイル概念の由来とマーケティングの応用を知る
11	ブランドの価値と役割	ブランドの起源と定義、ブランドの価値、要素について学修する
12	商品と環境、そして環境コミュニケーション	環境問題をどのように理解するのか、企業の環境主義活動と商品の環境品質について学修する
13	少子高齢化における商品、市場創造	少子高齢化を理解しつつ、市場変革を促す新しい概念と領域を知る
14	商品と社会	商品と社会のかかわりを知る(企業の社会のかかわり、NPOの社会へのかかわり)
15	定期考査	
16		

☐ 到達目標

今日の市場における多様な商品化現象を通して、商品の概念や特性を理解し、消費や商品、市場の課題を発見し、分析するための基礎的能力を習得する。

☐ 成績評価の方法・基準

試験70% 課題20% 出席状況・授業態度10%

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	企業研究Ⅱ			齊藤尚仁	○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

民間企業の経営企画部門での勤務後、経営コンサルタントとしての法務アドバイス等の行っている教員が職務経験を授業の中に入れることで、ビジネスの現場で活用する実践的なノウハウを享受する。

☐ 授業科目の概要

授業では、環境変化に順応し成長が期待される職種の見方を学ぶ。また、業界で働く方の知見をベースに、現場環境や役立つ知識を講義する。実務に必要な専門的能力を身に付けることを目的とし、企業経営分野に関する知識の習得を目指す。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	企業研究Ⅰの復習	企業研究Ⅰ（業種・業界）の復習を行い、業種や業界と職種の関係を講義し、職種に関する導入学習を行う
2	ビジネスモデルと職種	企業と企業のビジネスモデルを説明し、ビジネスモデルの視点から業種・業界と職種のつながりについて説明する
3	職種概説	情報発信系、ものづくり系、管理系の職種を概要とその違いを説明する
4	営業販売職	営業販売職の種類と違いを中心に、歩合制からチーム営業まで様々なスタイルを説明する
5	コンサルティング職	営業販売職を含めたソリューション提供型のコンサルティング職を説明する
6	職業人講話（総務）	素材メーカーをケースに、総務の職種を説明する
7	職業人講話（スーパーバイザー）	コンビニエンスストアをケースに、スーパーバイザーの職種を説明する
8	職業人講話（営業）	ソフトウェア会社をケースに、チーム営業等の職種を説明する
9	職業人講話（商品開発）	食品メーカーをケースに、商品開発や調査に関する職種を説明する
10	職業人講話（IT）	IT会社をケースに、SE等の職種を説明する
11	製造に関わる仕事	ものづくりについて、生産方式から職種を説明する
12	職業人講話（ブランディング）	化粧品事業をケースに、ブランディングや商品企画の職種を説明する
13	職業人講話（商品企画）	コンビニエンスストアをケースに、商品開発の職種を説明する
14	まとめ（演習）	過去の授業を振り返り、補足説明をする 後期考查模擬演習を行う
15	後期考查	
16		

☐ 到達目標

仕事に必要な実践的かつ専門的な能力を習得できている

☐ 成績評価の方法・基準

試験80% 出席状況・授業態度20%

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	FPベーシック I		岩本雄一		○	
授業の種類	授業の方法（講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載））		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週	

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

元広告マンなので、FPに関連する実務経験は特にありませんが、相談案件の実行支援などで、各専門家連携を取ってきました。

あえていうならば、住宅展示場を手掛ける際に、土地における各種申請をすることはありました。

☐ 授業科目の概要

オンデマンド配信による講義形式で授業を行う。講義内容は事前収録し、各学科・クラスのClassroom／Teams等を通して毎週配信し、学生は自宅等で視聴。講義内容は配信後、一定期間再視聴できるように設定され、復習等に活用することができる。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	ライフプラン	FPの基礎、ライフプランニングの考え方、住宅取得プランニング
2	ライフプラン	教育資金プランニング、社会保険の概要、健康保険、介護保険
3	ライフプラン	労災保険、公的年金概要、老齢給付（基礎・厚生）
4	ライフプラン・タックスプランニング	障害給付、遺族給付、企業年金、所得税の基礎知識
5	タックスプランニング	所得金額の算出、総所得金額の算出、損益通算
6	タックスプランニング・リスク管理	所得控除、所得税の算出、所得税の申告・納付、保険の知識
7	リスク管理	生保の保険料・契約、生命保険の種類、生保の税金
8	リスク管理	生保の法人契約、損保の基礎、損保の種類、第三分野の保険
9	リスク管理・金融資産運用	保険の見直し、経済・金融の基礎、金融商品の法律、貯蓄型商品
10	金融資産運用	債券、株式、投資信託、金融商品と税金
11	金融資産運用・不動産	ポートフォリオ、不動産登記・取引
12	不動産	不動産の法令、不動産取得・保有・譲渡の税金、有効活用
13	相続・事業承継	贈与税の基本・特例、相続の基礎知識
14	相続・事業承継	遺言・遺留分、相続税のしくみ、相続税の計算、財産評価
15	考査（オンライン）	Googleフォームを使用したオンライン試験を実施
16		

☐ 到達目標

FP資格に対する興味を持ってもらう

FP知識を生活に生かす

☐ 成績評価の方法・基準

試験95% 課題0% 出席状況・授業態度5%

後期考査の点数を最重視、一定点数以上は出席状況を考慮

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	販売士1級（ストアオペレーション）		福田誠一		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
選択授業	講義・演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週	

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

対面形式で授業を行う。日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「ストアオペレーション」科目で合格できるスキルの修得を目的とする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	ストアオペレーションの戦略的展開
2	基本講義	店舗運営サイクルの戦略的展開（1）
3	基本講義	店舗運営サイクルの戦略的展開（2）
4	基本講義	スペースマネジメントの戦略的展開
5	基本講義	発注の戦略的展開（1）
6	基本講義	発注の戦略的展開（2）
7	基本講義	発注の戦略的展開（3）
8	基本講義	L S Pの戦略的展開（1）
9	基本講義	L S Pの戦略的展開（2）
10	基本講義	ローコストオペレーションの戦略的展開（1）
11	基本講義	ローコストオペレーションの戦略的展開（2）
12	基本講義	人的販売と販売員指導の実践
13	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
14	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	答案錬成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
16		

☐ 到達目標

販売士1級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 課題20% 出席状況・授業態度40%

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		販売士1級（小売業の類型）		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

対面形式で授業を行う。日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「小売業の類型」科目で合格できるスキルの修得を目的とする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	流通システムの変革と小売業の新たな役割
2	基本講義	流通政策と商業政策
3	基本講義	流通政策と環境対策
4	基本講義	フランチャイズシステムの戦略的特性（1）
5	基本講義	フランチャイズシステムの戦略的特性（2）
6	基本講義	店舗形態別小売業の戦略的特性（1）
7	基本講義	店舗形態別小売業の戦略的特性（2）
8	基本講義	チェーンストアの戦略概論（1）
9	基本講義	チェーンストアの戦略概論（2）
10	基本講義	チェーンストアの戦略概論（3）
11	基本講義	商店街およびショッピングセンターの戦略的特性（1）
12	基本講義	商店街およびショッピングセンターの戦略的特性（2）
13	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
14	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	答案錬成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
16		

☐ 到達目標

販売士1級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30％ 課題20％ 出席状況・授業態度40％

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		販売士1級（マーチャンダイジング）		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

対面形式で授業を行う。日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「マーチャンダイジング」科目で合格できるスキルの修得を目的とする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	マーチャンダイジングの戦略的展開
2	基本講義	マーチャンダイジングサイクルの実践
3	基本講義	マーチャンダイジング戦略の概論（1）
4	基本講義	マーチャンダイジング戦略の概論（2）
5	基本講義	商品計画の策定と商品予算の実施（1）
6	基本講義	商品計画の策定と商品予算の実施（2）
7	基本講義	商品計画並びに販売管理の戦略的策定（1）
8	基本講義	商品計画並びに販売管理の戦略的策定（2）
9	基本講義	仕入計画と在庫管理の実務（1）
10	基本講義	仕入計画と在庫管理の実務（2）
11	基本講義	戦略的商品管理の実務（1）
12	基本講義	戦略的商品管理の実務（2）
13	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
14	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	答案錬成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
16		

☐ 到達目標

販売士1級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 課題20% 出席状況・授業態度40%

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		起業論Ⅱ		齊藤尚仁		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

民間企業の経営企画部門での勤務後、経営コンサルタントとしての法務アドバイス等の行っている教員が職務経験を授業の中に入れることで、ビジネスの現場で活用する実践的なノウハウを享受する。

☐ 授業科目の概要

この授業では、前期に習得した「競争戦略」を基に、ドメイン設定、マーケティング戦略（ポジショニング）、およびマーケティング戦術（4P）について、講師のコンサルタント実例や有名事例を交えながら学ぶ。資格取得で得た基礎知識を、実務で活用できるようにすることを目的とする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	環境変化への対応
2	経営戦略	ドメイン（ターゲットの設定、ニーズの明確化）
3	経営戦略	ドメイン（差別的優位性）
4	マーケティング戦略	マーケティング概要
5	マーケティング戦略	セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング
6	マーケティング戦略	C R M戦略（データマーケティング）
7	マーケティング戦略	C R M戦略（F S P）
8	マーケティング戦略	One to One戦略
9	マーケティング戦略	商品・サービス戦略（ブランド、差別化）
10	マーケティング戦略	立地戦略（商圈調査）
11	マーケティング戦略	価格戦略（価格設定方法）
12	マーケティング戦略	プロモーション戦略（マーケティングミックス）
13	マーケティング戦略	プロモーション戦略（S N S）
14	まとめ（演習）	過去の授業を振り返り、補足説明をする 後期考查模擬演習を行う
15	後期考查	
16		

☐ 到達目標

企業経営分野における実務に関する知識を習得している

☐ 成績評価の方法・基準

試験80％ 出席状況・授業態度20％

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		販売士2級		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

対面形式で授業を行う。日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験に合格できる能力を養成する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	キーワードチェック問題の実施（小売業の類型）
2	基本講義	キーワードチェック問題の実施（マーチャングデザイン）
3	基本講義	キーワードチェック問題の実施（ストアオペレーション）
4	基本講義	キーワードチェック問題の実施（マーケティング）
5	基本講義	過去問題の実施（小売業の類型）
6	基本講義	過去問題の実施（マーチャングデザイン）
7	基本講義	過去問題の実施（ストアオペレーション）
8	基本講義	過去問題の実施（マーケティング）
9	基本講義	答案錬成問題の実施（小売業の類型）
10	基本講義	答案錬成問題の実施（マーチャングデザイン）
11	基本講義	答案錬成問題の実施（ストアオペレーション）
12	基本講義	答案錬成問題の実施（マーケティング）
13	答案錬成問題	模擬試験問題の実施（1）
14	答案錬成問題	模擬試験問題の実施（2）
15	答案錬成問題	模擬試験問題の実施（3）
16		

☐ 到達目標

販売士2級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 課題20% 出席状況・授業態度40%

2026年度	後期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		販売士1級（マーケティング）		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		2	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2026年度生から：【単位数】「講義・演習」は1コマの授業で2単位／「実験・実習・実技」は1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの社内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

対面形式で授業を行う。日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「マーチャンダイジング」科目で合格できるスキルの修得を目的とする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	小売業のマイクロマーケティング戦略の実践（1）
2	基本講義	小売業のマイクロマーケティング戦略の実践（2）
3	基本講義	小売業のマーケティングの種類と特徴
4	基本講義	ライフスタイルの変化とマーケティング戦略
5	基本講義	顧客戦略の実践（1）
6	基本講義	顧客戦略の実践（2）
7	基本講義	マーケティングリサーチの実践
8	基本講義	出店戦略と商圈分析の実践（1）
9	基本講義	出店戦略と商圈分析の実践（2）
10	基本講義	販売促進とプライシングの戦略的展開（1）
11	基本講義	販売促進とプライシングの戦略的展開（2）
12	基本講義	流通マーケティング戦略の実践
13	答案練成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
14	答案練成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	答案練成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
16		

☐ 到達目標

販売士1級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30％ 課題20％ 出席状況・授業態度40％

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		教養Ⅲ		馬場裕		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

物流系の民間企業で海外担当として従事。内5年間は海外赴任 その後大学教員に転身。
企業の人材育成と大学でのキャリア教育の経験を活かし、人的資源管理論などを指導する。

授業科目の概要

前半は、就職活動に向け、SPI対策、時事問題への理解を深める。
後半は、ロジカルコミュニケーションを中心とした、論理的思考力の向上を目指す。

授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	自己紹介、SPI概要、適性診断
2	SPI①	SPI模擬テスト（非言語）実施、適性診断結果の通知と見方について
3	SPI②	（非言語）推論と資料の読み取り
4	SPI③	（非言語）確率、速さ、食塩水他
5	SPI④	（言語）同意語/範囲後、二語の関係、敬語、ことわざ
6	時事問題①	時事問題テストと解説
7	時事問題②	時事問題テストと解説
8	時事問題③	時事問題テストと解説
9	時事問題③	時事問題テストと解説
10	時事問題③	時事問題テストと解説
11	ロジカルコミュニケーション①	ロジカルシンキングの重要性、「問題解決」「意思決定」「優先順位」の3つの基本構成、レポート提出
12	ロジカルコミュニケーション②	グループワーク、レポート提出
13	ロジカルコミュニケーション③	タスクの分解（論理的な手法を用いた、課題解決）、レポート提出
14	ロジカルコミュニケーション④	表現（報告、依頼、相談、提案）の基本理解、レポート提出
15	定期考査	
16		

到達目標

就職内定を確保すべく、基礎力の向上

成績評価の方法・基準

出席：30%、授業態度：30%、定期考査：40%

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	ビジネスコミュニケーションⅢ		キャリアサポートセンター		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

人事担当としての実務経験を活かし、企業が重視する評価ポイントを的確に伝えるときに、面接対応や履歴書の作成について、具体的な成功事例や改善点を交えながら丁寧に指導します。自己理解を深め、戦略的な就職活動につなげる授業を展開します。

☐ 授業科目の概要

1年後期からの準備を踏まえて、実際に就職活動を行っていく。学生一人一人が現在の自分の就職活動状況に合わせ活動を行い、個別の面談も並行して行っていく。時には企業を呼び説明会を行うなど、就職決定に向けた実践的な授業を行う。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
2	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
3	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
4	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
5	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
6	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
7	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
8	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
9	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
10	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
11	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
12	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
13	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
14	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
15	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にやっていく。企業に来ていただき説明をしていただく。

☐ 到達目標

- ①就職決定を到達目標とする
- ②また、全学生が、授業課題と試験をクリアすること

☐ 成績評価の方法・基準

試験50% 課題50% 出席状況・授業態度100%

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		MOS演習 I		平野五月		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週 1コマ＝2時限×15週 週 2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

マイクロソフトオフィシャルトレーナーとして、企業研修や企業セミナー、インストラクター養成講座を10年行っていた経験を踏まえ、MOS演習の指導にあたる

☐ 授業科目の概要

実戦で役立つ「PowerPoint」の基礎知識を養う。
MOSの資格取得を通して、実務で役立つPowerPointのスキルを習得する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	授業ガイダンス	MOSとは、フォルダ作成、TPとは
2	MOS PowerPoint対策	TP、事前学習データ
3	MOS PowerPoint対策	出題範囲 1・模擬
4	MOS PowerPoint対策	出題範囲 2・模擬
5	MOS PowerPoint対策	出題範囲 1・2 模擬
6	MOS PowerPoint対策	出題範囲 3・模擬
7	MOS PowerPoint対策	出題範囲 4・模擬
8	MOS PowerPoint対策	出題範囲 3・4 模擬
9	MOS PowerPoint対策	出題範囲 5・模擬
10	MOS PowerPoint対策	出題範囲 1～5 模擬
11	MOS PowerPoint対策	模擬練習問題 1～5
12	MOS PowerPoint対策	模擬練習問題 1～5
13	MOS PowerPoint対策	模擬練習問題 1～5
14	MOS PowerPoint対策	模擬練習問題 1～5
15	後期考査	
16		

☐ 到達目標

MOS「PowerPoint」 スペシャリスト取得

☐ 成績評価の方法・基準

模擬試験レポート80% 出席状況10% 授業態度10%

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		簿記2級演習 I		柴野宏行		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		2	4×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

税理士として顧問先の税務や経営指導を行っている教員が、
簿記会計の基礎知識、株式会社の会計を中心とした応用レベルの取引の処理及び決算手続について享受する。

☐ 授業科目の概要

日商簿記検定2級合格を目標として演習を行う。
前半は個別論点別の演習、後半は模擬試験問題の演習を行う。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	演習1	商業簿記（簿記一巡）工業簿記（勘定連絡）
2	演習2	商業簿記（商品売買）工業簿記（個別原価計算）
3	演習3	商業簿記（現金預金・金銭債権）工業簿記（部門別個別原価計算）
4	演習4	商業簿記（有価証券）工業簿記（総合原価計算）
5	演習5	商業簿記（固定資産）工業簿記（標準原価計算）
6	演習6	商業簿記（負債・純資産）工業簿記（直接原価計算）
7	演習7	模擬試験問題1、リース会計
8	演習8	模擬試験問題2、外貨建会計
9	演習9	模擬試験問題3、税効果会計
10	演習10	模擬試験問題4、本店支店会計
11	演習11	模擬試験問題5、連結会計
12	演習12	模擬試験問題6、連結会計
13	演習13	模擬試験問題7、連結会計
14	演習14	総まとめ
15	前期考査	
16		

☐ 到達目標

日商簿記検定2級合格レベル

☐ 成績評価の方法・基準

定期試験60% 平常点40%

なお、平常点については、授業遅刻回数・提出物の適否・授業態度等を勘案して適宜減点する。

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		簿記3級演習Ⅰ		柴野宏行		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

税理士として顧問先の税務や経営指導を行っている教員が、
簿記会計の基礎知識、株式会社の会計を中心とした応用レベルの取引の処理及び決算手続について享受する。

☐ 授業科目の概要

日商簿記3級の取得に向けたテスト形式演習授業

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	実力診断テスト、自己採点、授業の進め方等の説明
2	テスト形式演習①	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
3	テスト形式演習②	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
4	テスト形式演習③	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
5	テスト形式演習④	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
6	テスト形式演習⑤	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
7	テスト形式演習⑥	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
8	テスト形式演習⑦	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
9	テスト形式演習⑧	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
10	テスト形式演習⑨	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
11	テスト形式演習⑩	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
12	テスト形式演習⑪	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
13	テスト形式演習⑪	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
14	テスト形式演習⑪	60分演習、自己採点、解説、テーマ別弱点補強
15	テスト	60分テスト2セット
16		

☐ 到達目標

日商簿記検定3級合格レベル

☐ 成績評価の方法・基準

定期試験60% 平常点40%

なお、平常点については、授業遅刻回数・提出物の適否・授業態度等を勘案して適宜減点する。

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		フランチャイズ運営論		宮川 滋幸		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		2	4×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

コンビニエンスストア2チェーン、リユース、教育事業などFC事業4業種における多店舗経営経験を基に、
店舗運営、人材育成、マネジメントについて、経営者の視点から講義を行う。

☐ 授業科目の概要

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	起業の基礎知識	個人と法人の違い、営利法人の種類と目的／会社法でみる株式会社とは／企業命題について
2	FCビジネス概論	加盟店、本部の役割／メリット、デメリット
3	店舗運営とマーケティング	4P分析、QSC／店舗評価の基礎
4	店舗分析実習	実際のお店3店舗で評価を実施／基準・統一性・評価と改善提案
5	小売業の収益構造	小売業について／利益の構造分解／売上予測、原価計算
6	経営者に必要なマネジメント力	リーダーシップ、NLPやコーチングの基礎、組織運営
7	FC経営戦略	本部と加盟店双方の視点から考える経営
8	成功の仕組み	再現性と継続的成長の仕組み／コンビニが45年続いている理由／選ばれるとは
9	財務諸表の読み方	BS/PLの基礎と経営分析／BSからみる企業のビジネスモデル
10	業界分析と経営戦略	大手コンビニチェーンの比較
11	人材教育と評価制度	教育、目標設定、評価の実践
12	店舗運営実習	プロモーションエンド作成、発注、売り場作り、販促企画
13	予算管理と数値マネジメント	損益分岐点／予算作成／進捗管理
14	事業計画書作成	市場分析・収支計画作成
15	事業計画書作成	事業計画発表・プレゼンテーション
16		

☐ 到達目標

起業家を作る

事業計画書作成

☐ 成績評価の方法・基準

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	行動経済学Ⅱ		土屋豊		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

行動経済学の講座をほぼ15年間にわたり教鞭を取って来た。その間、大学、専門学校等に教える場を広め多数の起業家排出にも貢献した。今後も更なるプログラムのクオリティを高め有能な人材育成に努めたい。

☐ 授業科目の概要

講座の中で、毎回、テーマになっている課題を考えながら、消費者の購買行動の多様性を理解する。
その中で「活きた経済学」を学ぶ取る。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	ゲームの理論（1）	ゲーム理論の基本的な考え方
2	ゲームの理論（2）	行動経済学との関連
3	囚人のジレンマ	シュミレーション
4	先延ばしと自制心	自分のしたいことが出来ない理由
5	高価な所有意識	なぜ、自分の持っているものを過大評価するのか
6	扉を開けておく	なぜ選択の自由のせいで本来の目的から外れてしまうのか
7	予測の効果	なぜ心は予測した通りのものを手に入れるのか
8	価格の力	なぜ1セントのアスピリンにできないことが50セントのアスピリンにできるのか
9	不信の輪	なぜ我々はマーケティング担当者の話を信じないのか
10	私たちの品格について（1）	なぜ我々は不正直なのか
11	私たちの品格について（2）	なぜ我々は不正直なのか
12	ビールと無料のランチ	行動経済学とは何か
13	前期まとめ	ふりかえり
14	期末試験対策	
15	期末試験	

☐ 到達目標

組織の役割や目的を確認し、組織デザインができる
技能を習得する

☐ 成績評価の方法・基準

試験60% 課題20% 出席状況・授業態度20%

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	ビジネス経済・時事		増田勝則		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

ビジネスの基礎となる経済や時事の重要なポイントを学ぶ。経済指数や市場の動向に焦点をあて、現代のビジネスでの意思決定に必要な知識を、身につける。最新の情報を取り入れ、変化する環境で柔軟かつ戦略的なアプローチを学ぶ。社会人としての雑談力を身につけるための基礎を学ぶ。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	情報リテラシーとは？	講師の紹介。経済ニュースを読み解く。情報リテラシーの必要性。各講座で一週間のニュース、トレンド分析、解説。
2	①変化する社会世の中の動きを知る	将来を考える5つの環境変化「日本、世界、技術、労働、企業」の5つの面で変化を観測。※教科書より「雑談の必要性」
3	②変化する社会世の中の動きを知る	持続可能な発展。企業の価値と評価が大きく変わる。「ESG、SDGsが企業に与える影響」※教科書より「敬語の重要性と聞きやすい会話術」
4	③変化する社会世の中の動きを知る	AIの脅威。すべてのものがインターネットでつながるIoT技術を活用した社会に変化。※教科書より「雑談のネタ集め」話題作り。
5	①ハンバーガーから学ぶ	ハンバーガーが生み出す経済効果。「値上げ巧みなハンバーガー、価格は20年で3割上昇」消費者物価指数って？※教科書より「日経電子版という情報ツール」
6	②ハンバーガーから学ぶ	「為替」通貨の価値に地域差！（スイスの物価が高い理由は？）意外と知られていないユニークな経済指数。※教科書より「仕掛ける雑談の作り方」
7	③ハンバーガーから学ぶ	「生産」→消費されるまでは、いろいろな学問が組み合わされている。※教科書より「雑談の実例を紹介」
8	④ハンバーガーから学ぶ	テンプレット「TNPREP」の法則。TNPREP法で一例をあげてみましょう。決算には様々な利益が。
9	注目されるインバウンド	インバウンド需要は日本の国内消費額における減少分をカバーできると期待。直接的な経済活性だけでなく、間接的経済活性も生む。※教科書より「答えを導く質問法」
10	身近な税金について	私たちが暮らす社会には、たくさんの種類の税があります。どんな税金をどうやって納めているか？※教科書より「すぐに使える雑談ネタ帳」
11	①知っておきたいキーワード	日本と世界を動かすキーワード ビジネスを変える最新キーワード
12	②知っておきたいキーワード	日本と世界を動かすキーワード ビジネスを変える最新キーワード
13	期末試験	3回の小テストと教科書の内容から実施。4択問題と記述問題。
14	振り返り・試験解説	期末試験の解説。前期講義の振り返り。
15		

☐ 到達目標

経済の基本原則を理解し、最新の時事問題に対する洞察を深め
実際のビジネス状況で応用できるようになる。

☐ 成績評価の方法・基準

試験70% 課題10% 出席状況・授業態度20%

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	組織論		土屋豊		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

組織デザインの講座をほぼ15年間にわたり教鞭を取って来た。その間、大学、専門学校等に教えの場を広め多数の起業家排出にも貢献した。今後も更なるプログラムのクオリティを高め有能な人材育成に努めたい。

☐ 授業科目の概要

様々な組織の実態や仕組みを学び店舗経営や企業経営に組織がどう影響をしているかを分析する

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	組織について	組織をデザインすることとは
2	組織のサンプル	様々な組織携帯の実例；映画「シン・ゴジラ」
3	分業1	分業のタイプ
4	分業2	水平分業と垂直分業
5	分業3	分業のメリット
6	分業4	分業のデメリット
7	標準化の基本	標準化とは
8	標準化	アウトプットとインプットの標準化について
9	作業工程	作業の流れ－生産工程－
10	ボトルネック	ボトルネックと非ボトルネック
11	ヒエラルキー	ヒエラルキー（ピラミッド型の階級組織）のデザイン
12	ヒエラルキー	ヒエラルキーの設計
13	グルーピング	グルーピングの原則と事業部制
14	前期のまとめ	期末試験対策
15	期末試験	

☐ 到達目標

組織の役割や目的を確認し、組織デザインができる
技能を習得する

☐ 成績評価の方法・基準

試験60％ 課題20％ 出席状況・授業態度20％

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	VMDマーケティングⅡ		土屋豊		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

VMDの講座をほぼ15年間にわたり教鞭を取って来た。その間、大学、専門学校等に教える場を広め多数の起業家排出にも貢献した。今後も更なるプログラムのクオリティを高め有能な人材育成に努めたい。

☐ 授業科目の概要

小売業の店頭で欠かせないディスプレイのスキルを磨くVisual Merchandisingの基本を学ぶ。
講座では実際に陳列やコーディネート、素材の選定能力等を訓練する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	VMDマップの作成	VMDマップの概要
2	VMDマップの作成	VMDマップの月別年間計画
3	フロアマップ	フロアマップ作成方法
4	組織によるVMD実施	プランナー、デコレーターの仕事
5	雑貨の基本スキル（実習）	布系（布帛物）のディスプレイ
6	雑貨の基本スキル（実習）	箱物・袋物のディスプレイ
7	雑貨の基本スキル（実習）	アクセサリー・メガネ系のディスプレイ
8	雑貨の基本スキル（実習）	靴、バッグ等の皮革製品ディスプレイ
9	カフェリサーチについて	対象店舗の抽出・実施方法解説
10	カフェリサーチ1	対象エリアでリサーチ実施
11	カフェリサーチ2	リサーチの評価とプレゼン
12	VMDの新しい流れ	最新VMDニュース
13	VMDとブランド	ブランドとVMDの関係性
14	VMD総まとめ	総まとめと前期試験対策
15	前期試験	

☐ 到達目標

小売の店頭で要求されるディスプレイスキルの
高度な習得と応用

☐ 成績評価の方法・基準

試験60% 課題20% 出席状況・授業態度20%

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		企業研究Ⅲ		齊藤尚仁		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

民間企業の経営企画部門での勤務後、経営コンサルタントとしての法務アドバイス等のを行っている教員が職務経験を授業の中に入れることで、ビジネスの現場で活用する実践的なノウハウを享受する。

☐ 授業科目の概要

職業に必要な実践的かつ専門的な能力を育成することを目的として企業経営分野における実務に関する知識の習得をねらう。
本授業は、就職活動の際に初めて目にするエントリーシートを通じて、雇用契約の着眼点を実際の企業の募集要項をみながら講師が解説していく。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	オリエンテーション
2	求人票の見方①	労働契約法
3	求人票の見方②	労働基準法（労働時間、残業時間、休憩・休日等）
4	求人票の見方③	労働基準法（基本給、諸手当、退職金等）
5	求人票の見方④	労働諸法（労災法、男女雇用均等法、安衛法等）
6	募集要項と業種の特徴①	小売業
7	募集要項と業種の特徴②	卸売業（商社）
8	募集要項と業種の特徴③	サービス業（飲食、美容、コンサルタント等）
9	募集要項と業種の特徴④	IT業
10	募集要項と業種の特徴⑤	不動産業（賃貸・販売）
11	募集要項と業種の特徴⑥	製造業
12	（調整回）	（調整回）
13	グループワーク	調査・発表
14	総まとめ	
15	レポート	
16		

☐ 到達目標

企業の募集要項を一人で読めて、分析できるようになる。

☐ 成績評価の方法・基準

レポート内容と出席率、講義態度を総合的に判断し評価する。

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	店舗経営学Ⅱ		土屋豊		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

MSPの講座をほぼ15年間にわたり教鞭を取って来た。その間、大学、専門学校等に教えの場を広め多数の起業家排出にも貢献した。今後も更なるプログラムのクオリティを高め有能な人材育成に努めたい。

☐ 授業科目の概要

最終的なショップシミュレーションを想定して、経営理念、コンセプト、MD、経営計画、立地、店舗構成、収支計画、CI戦略等の広い分野を学習し、My Shop Planning（MSP）の立案を行う。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	売上管理	売上、粗利益、売上原価、粗利益率、原価率、回転率、年間売上予測
2	立地計画	都内の立地リサーチ、出店場所
3	立地リサーチ	各自の出店予定地をリサーチ
4	年間経営計画	店舗運営の設計図となる年間経営計画の作成
5	店舗運営経費	経費の仕分け、変動費、固定費、損益分岐点の算出
6	収支計画1	初期投資、運転資金、減価償却、借入金、営業利益について
7	収支計画2	収支計画作成
8	IC	CI戦略
9	店舗名・事業名の登録	ブランドロゴ作成
10	売場構成	縮尺、平面図作成、（立面図作成）、VMDプラン
11	課題作成	広告、販促、CIの確定
12	課題作成	見直しとアドバイス
13	課題作成	期末に提出するコンテンツの作成（各自）
14	課題作成	期末に提出するコンテンツの作成（各自）
15	期末試験	

☐ 到達目標

MSPを作成することで小売業の経営感覚を身につける。

☐ 成績評価の方法・基準

試験% 課題80% 出席状況・授業態度20%

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		メディア学		小松崎伸一		
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本選択		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

多様なマーケティング・コミュニケーション方法とその役割を学び、実際の広告・宣伝・プロモーション・広報・PRなどを確認し議論をする

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	ガイダンス＋広告とは何か	広告に関する記事を読み、まとめる。
2	広告論の全体像＋マーケティング・コミュニケーション組織	広告論の全体像を知り、マーケティングと組合す
3	広告戦略の立案	広告立案の意義を知り、具体例をあげ理解をする
4	広告計画の構造と調査＋広告予算の決定方法	広告と広報の違いを知る
5	媒体計画	どの媒体がどのくらい影響を及ぼすのかを知る。またその経費についても考察する
6	広告コミュニケーション過程と広告コミュニケーション効果	広告の効果を知り、企業と消費者との関係性を知る
7	ブランド・コミュニケーション広告	コミュニケーションでのブランディング効果を知る
8	表現計画＋マス広告の表現	広告の伝わり方を知る
9	プロモーションツールの選択＋印刷物とPOP広告の表現	紙媒体などPOP広告の表現力と効果を知る
10	体験型マーケティング＋広告戦略上のイベント利用	イベント広告の効果を知る。具体例を挙げ考察していく
11	広告戦略上のデジタル・マーケティング	広告戦略上のデジタル・マーケティングを考察していく
12	ネットコンテンツ＋広告のグローバル化	現在のSNSマーケティングを考察する
13	広告効果の測定	広告の影響度をしり、効果測定をおこなってみる
14	広告の社会性	社会に影響を与える広告は何かを考察する
15	前期期末試験	
16		

☐ 到達目標

広告を中心としたマーケティング・コミュニケーション戦略の基本的な考え方や実務の概要について理解

☐ 成績評価の方法・基準

試験70％ 授業への積極性30％

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		起業論Ⅲ		齊藤尚仁		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

民間企業の経営企画部門での勤務後、経営コンサルタントとしての法務アドバイス等の行っている教員が職務経験を授業の中に入れることで、ビジネスの現場で活用する実践的なノウハウを享受する。

☐ 授業科目の概要

前年習得した「競争戦略」を中心とした経営戦略をベースにして、（１）資金調達（BS）、（２）付加価値向上（PL）、（３）資金繰り（CF）まで、会社を運営するにあたり財務の知識を、講師が携ったコンサルタント実例、著名な事例を交えながら講義する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	事業計画概要
2	経営戦略	SWOT分析
3	経営戦略	ビジネスコンセプト・ドメイン
4	経営戦略	競争戦略・成長戦略
5	マーケティング戦略	STP（セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング）
6	マーケティング戦略	価格・製品戦略
7	マーケティング戦略	立地戦略
8	財務・会計戦略	PL（売上拡大、損益分岐点文責）
9	財務・会計戦略	BS（資金調達）
10	財務・会計戦略	事業計画（飲食店開業計画）
11	財務・会計戦略	事業計画（不動産店開業計画）
12	財務・会計戦略	事業計画（ネット通販店開業計画）
13	グループワーク	調査・発表
14	総まとめ	考査前まとめ
15	後期考査	レポート
16		

☐ 到達目標

資金調達のための、事業計画が作成できる

☐ 成績評価の方法・基準

- ①講義を通じて習得した知識をもとに、自分の考えを加味したレポートを最終講義時間に作成（４段階で相対評価）。
- ②夏休み期間中に、講師より課題を与えレポートを提出。レポート内容により、４段階で相対評価。
- ③①、②に加え、出席状況、講義内での態度等を総合的に加味し、評価を行う

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		日本の企業経営Ⅰ		倉原照幸		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

本授業は、「日本の企業経営」の理論と実践を体系的に学ぶことによって、実社会に出た時に役立つ「実学」を重視した授業を展開いたします。
また、昨今は、企業のグローバル化が進む中で、「日本の企業経営」と「海外の企業経営」を対比しながら、時代に即応した企業経営を学んでいきます。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	イントロダクション	授業のすすめ方、評価の仕方について説明し、授業終了時の到達目標などを提示する。 現行、起きている社会状況を企業経営の立場から考察する。
2	日本の企業経営の歴史①	概説：幕末から明治前期の経済。
3	日本の企業経営の歴史②	経営者の誕生：明治から昭和の経営者。
4	日本の企業経営の歴史③	戦後の日本経営のありかた。高度経済成長期から現代の経営手法。
5	企業経営とは何か①	初めて学ぶ日本の経営概論。
6	企業経営とは何か②	社会と経営：企業経営と社会の結びつきを知る。
7	日本の企業システム①	日本の企業システムの特徴。
8	日本の企業システム②	日本の企業システムと海外の比較。
9	ベンチャー企業の経営①	ベンチャー企業経営の特徴と課題。
10	ベンチャー企業の経営②	ベンチャー企業の展望。
11	企業経営（事例考察）①	EC事業会社をテーマにケーススタディ。2社程度予定。
12	企業経営（事例考察）②	注目するスタートアップ企業を考察する。2社程度
13	国際比較（米国編）	米国と日本の企業経営の特徴を比較検討。
14	国際比較（ヨーロッパ編）	特にドイツ、イギリス企業と日本企業の特徴を比較検討。
15	前期のまとめ	前期授業の重要ポイントに絞ったまとめ。
16		

☐ 到達目標

- 日本の企業経営のこれまでの歴史の考察を出来ること。
- 日本の企業システムと経営管理について理解出来ること。
- 国際比較を通じて、日本の企業経営の相違性を検証出来ること。

☐ 成績評価の方法・基準

- 課題レポートの提出（70%）
- 期末テスト（30%）

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	商業簿記Ⅱ			柴野宏行	○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本選択	講義・演習			2	4×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

税理士として顧問先の税務や経営指導を行っている教員が、
簿記会計の基礎知識、株式会社の会計を中心とした応用レベルの取引の処理及び決算手続について享受する。

☐ 授業科目の概要

株式会社の会計を中心として応用レベルの取引の処理及び決算手続を学習する。
日商簿記検定2級商業簿記レベルの実力を身に付けることを目標とする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	取引の処理（1）	商品売買
2	取引の処理（2）	現金預金
3	取引の処理（3）	金銭債権
4	取引の処理（4）	有価証券
5	取引の処理（5）	固定資産・リース会計
6	取引の処理（6）	引当金・外貨建取引
7	取引の処理（7）	株式会社
8	取引の処理（8）	課税所得・税効果会計
9	決算手続	精算表・財務諸表
10	本支店会計	内部取引・財務諸表
11	連結財務諸表	資本連結（1）
12	連結財務諸表	資本連結（2）
13	連結財務諸表	成果連結（1）
14	連結財務諸表	成果連結（2）
15	前期考査	
16		

☐ 到達目標

日商簿記検定2級商業簿記レベル

☐ 成績評価の方法・基準

定期試験60％ 平常点40％

なお、平常点については、授業遅刻回数・提出物の適否・授業態度等を勘案して適宜減点する。

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		商品学		小松崎伸一		
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本選択		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

商品に関する歴史的な経緯や基本的な理論の学習を踏まえ、「商品」という視点から、現代の市場や、企業のマーケティング活動における商品のポイントなどについて理解する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	現代の商品市場と商品研究	まず講義の進め方についてガイダンスを行い、本講義の目的と評価方法などについて説明する。現代の商品市場と商品研究について説明、解説をする
2	商品の概念	商品の概念を説明、解説しながら商品がどのような要素でできており、どのような取引がなされているかを考察
3	商品の品質と価格	商品の品質と価格を説明、解説しながら市場における現代的商品の評価とはなんなのかを考察する
4	商品研究の史的変遷	商品は地合いを反映する鏡と言われている。商品研究は様々な時代の影響を受けながら進展してきた。ここでは商品研究の歴史的な経緯をたどっていく
5	標準化と商品の価値	標準化によって商品価値がどのように変わりうるかを確認する
6	市場の課題と商品開発	商品の市場性と社会性の調和の実現に焦点を置き、今日的な市場の課題に対応する新たな調和を追求する商品開発とは何かを考察する
7	商品デザインとパッケージ	商品のデザインやパッケージがどのような機能を発揮しているのか、商品としての魅力や価値をどのように付加しているのかを考察。
8	サービス経済における商品	様々なサービス業が進展している現在の経済社会の仕組みとサービス取引にまつわる諸問題について考察。
9	商品と市場の安全性	商品の安全性について基本的学習と関連する製造物責任法を理解する。さらに、市場環境の変化の中で安全性確保の活動がどのように実践されているかを考察
10	ライフスタイルと消費行動	ライフスタイルとは何か、またそれはマーケティングや消費行動といかなる関係にあるかを考察する
11	ブランドの価値と役割	商品の差別化を促すブランドとは何かをその価値を役割の観点から考察する
12	商品と環境そして環境コミュニケーション	商品の環境性を追求する企業の環境主義経営の実情を理解し、市民社会における環境コミュニケーションのあり方を考察する
13	少子高齢社会における商品、市場創造	「生活福祉」という新たな福祉の観点から商品サービスの開発、今後の市場のあり方を考察する。
14	商品と社会	商品やサービスの提供を通じて、そのような社会的課題を解決する社会的企業やCSR、NPOについて解説
15	前期期末試験	
16		

☐ 到達目標

時代のニーズに合った商品は何なのかを考察し具体的に論じられるようになる

☐ 成績評価の方法・基準

試験70% 授業への積極性30%

2026年度	前期	経営学科	1年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	FPベーシックⅡ		岩本雄一		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		2	4×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

元広告マンなので、FPに関連する実務経験は特にありませんが、相談案件の実行支援などで、各専門家連携を取ってきました。
あえていうならば、住宅展示場を手掛ける際に、土地における各種申請をすることはありました。

☐ 授業科目の概要

FP金融リテラシーを身につける
3級資格テキストを使い、資格取得やFP知識が生活でどのように関わっているのかを理解する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	ライフプランニング	ガイダンス/テキスト：FPの基礎～住宅取得プランニング
2	ライフプランニング	テキスト：教育資金プランニング～公的年金
3	ライフプランニング	テキスト：老齢基礎年金～企業年金
4	タックスプランニング	テキスト：所得税の基礎知識～損益通算
5	タックスプランニング	テキスト：所得控除～申告納付
6	リスク管理	テキスト：保険の基礎知識～生命保険と税金
7	リスク管理	テキスト：法人契約の生命保険～保険証書の見方と保険の見直し
8	金融資産運用	テキスト：経済・金融の基礎知識～貯蓄商品
9	金融資産運用	テキスト：債券～投資信託
10	金融資産運用	テキスト：金融商品と税金～ポートフォリオとデリバティブ取引
11	不動産	テキスト：不動産の登記と評価～不動産に関する法令
12	不動産	テキスト：不動産の取得と保有にかかる税金～不動産の有効活用
13	相続・事業承継	テキスト：贈与税の基本～相続の基礎知識
14	相続・事業承継	テキスト：遺言と遺留分～相続税の計算
15	相続・事業承継/前期考査	9:20～テキスト：財産評価/11:00～前期考査
16		

☐ 到達目標

FP3級技能士合格

☐ 成績評価の方法・基準

試験50% 授業態度：40% 出席状況10%
試験の点数、授業に対するやる気を最重視します。

2026年度	前期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		ビジネスコミュニケーションⅢ		瀧田 崇		
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2時限×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

1年時後期から引き続き、留学生の国内就労に必要な、日本独特の就活文化に対応するための基本的な知識を学び、ロープレなどを交えながら自力でしか解決できない就活での各場面に対応するための能力を涵養する

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	留学生の就労	就職活動を進める上で必要な在留資格に関する知識を学ぶ
2	企業説明会参加の心構え	企業説明会参加時の心構えや注意事項の解説
3	求人票の読み方	求人票記載事項の説明と、企業側のホンネを読み取る
4	就活に必要な「印象」について	1年次で学んだスーツ着こなしの再確認および、好印象を得るためのテクニックについて学ぶ
5	面接①	段階別の面接の意義を、企業側の視点を中心に解説し、受け答えのための基礎知識を学ぶ
6	面接②	面接の種類やその対応策について学ぶ
7	面接③	面接の受け答えについて、特に留学生が陥りやすい日本語ニュアンスや所作について、ロープレを交えながら学ぶ
8	面接④	面接の場面で起きたアクシデントについてのケーススタディ
9	企業への連絡	各段階での企業とのメールや電話でのやりとりにおいて、特に留学生が陥りやすい日本語ニュアンスをケーススタディを交えながら学ぶ
10	内定後のこと	内定後に求められる振る舞い、内定辞退について学ぶ
11	日本/日系企業で働くとは	日本の企業文化を紹介し、就労後求められる「日本で働くための考え方」について学ぶ
12	日本企業における外国人社員	卒業生事例を中心に、入社後の諸問題についてのケーススタディを行う
13	校内企業説明会予備日	15コマ内で行われるキャリアサポートセンター誘致企業の校内説明会実施（日程未定）
14	国内就労にあたって	内定後の手続きや在留資格変更を含めた、関連する入管法の項目などを理解する
15	前期期末試験	

☐ 到達目標

卒業（就職）後を見据え、企業が求める人材としての振る舞いを学び、真に国内企業に定着できる人材としての素養を涵養する

☐ 成績評価の方法・基準

試験50% 課題25% 出席状況・授業態度25%

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	教養Ⅳ			小松崎 伸一	○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、代理店、メーカーに15年勤務し、新規事業開発、企業向けマナー/営業研修、集客支援等の実績を踏まえ、ビジネスの現場で必要な文書（社内外、メール）を講義する

☐ 授業科目の概要

間近に迫った卒業後すぐに求められるビジネスマナーについて、1年次に学んだ知識を応用し、より実践的な力を身につける

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	2年前期までの振り返り、2年後期も目標設定、卒業までの単位確認
2	HR	授業についての概要・目標説明、ビジネスマナーレベルチェック
3	ビジネスマナー 復習	ビジネスマナー検定 復習
4	ビジネス文書 復習	ビジネス文書検定 復習
5	ビジネスマナー 実践	敬語①
6	ビジネスマナー 実践	敬語②
7	ビジネスマナー 実践	社内メール
8	ビジネスマナー 実践	社外メール
9	ビジネスマナー 実践	電話対応
10	ビジネスマナー 実践	訪問①
11	ビジネスマナー 実践	訪問②
12	ビジネスマナー 実践	冠婚葬祭
13	ビジネスマナー 実践	文書作成
14	ビジネスマナー 実践	ビジネスマナー 総復習
15	ビジネスマナー 実践	考査
16		

☐ 到達目標

入社後、すぐに必要となるビジネスマナーを身につける

☐ 成績評価の方法・基準

試験40% 出席状況・授業態度60%

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		ビジネスコミュニケーションⅣ		小松崎 伸一		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、代理店、メーカーに15年勤務し、新規事業開発、企業向けマナー/営業研修、集客支援等の実績を踏まえ、
ビジネスの現場で必要な文書（社内外、メール）を講義する

☐ 授業科目の概要

ビジネスシーンで役立つ文章力向上。（ビジネス文章術）

言葉では簡単に説明できる内容を文章にしたとき、相手に失礼なく、わかりやすく端的にまとめる力を補う。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	ビジネス文章術レッスン	要約力、誤字脱字、わかりやすい文章
2	ビジネス文章術レッスン	敬語の基礎、失礼にならない敬語、敬語を使う
3	文章の基本	絵や地図をわかりやすい文章にする、説明する、説明のコツ
4	文章の基本	句読点の使い方、確実な連絡メモ、アンケートのとりかた
5	文章の基本	伝わる文章の書き方、ビジネスシーンで役立つ言い換え
6	ビジネスメールの基本	ビジネスメール、メールの書き方
7	シンプルな文にする	段取りを考えて連絡する、話し言葉と聞き言葉の違い
8	ビジネス文書の基本	相手に失礼なく依頼する、質問する、ビジネス文書をかく
9	実用的な文書を書く	人を紹介する、説明する、文章を要約する
10	課題	ビジネス文書検定過去問
11	課題	ビジネス文書検定過去問
12	課題	ビジネス文書検定過去問
13	課題	ビジネス文書検定過去問
14	課題	ビジネス文書検定過去問
15	後期考査	総復習課題
16		

☐ 到達目標

社会人に必要とされる文章術向上

☐ 成績評価の方法・基準

試験40% 出席状況・授業態度60%

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		MOS演習Ⅱ		平野五月		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本選択		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

マイクロソフトオフィシャルトレーナーとして、企業研修や企業セミナー、インストラクター養成講座を10年行っていた経験を踏まえ、
MOS Excel 365 & 2019 Specialist の指導にあたる

☐ 授業科目の概要

国際的な資格であるMicrosoft社が認定するMOSを通じて、今後の生活や仕事で活用できる実践力を育成
MOS Excel 365 & 2019 Specialist 合格をサポート

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	自己紹介、授業ガイダンス、MOSの概要説明、タイピングのコツ
2	Excel2019	実務で使いこなすExcelのコツ 1 データベースを使いこなそう
3	Excel2019	実務で使いこなすExcelのコツ 1 データベースを使いこなそう
4	Excel2019	実務で使いこなすExcelのコツ 2 Excel関数の使いこなし
5	Excel2019	実務で使いこなすExcelのコツ 2 Excel関数の使いこなし
6	Excel2019	実務で使いこなすExcelのコツ 3 ビジネスツール ダッシュボードを作成してみよう
7	Excel2019	MOS Excel 365 & 2019 Specialist 試験対策
8	Excel2019	MOS Excel 365 & 2019 Specialist 試験対策
9	Excel2019	MOS Excel 365 & 2019 Specialist 試験対策
10	Excel2019	MOS Excel 365 & 2019 Specialist 試験対策
11	Excel2019	MOS Excel 365 & 2019 Specialist 試験対策
12	Excel2019	MOS Excel 365 & 2019 Specialist 試験対策
13	Excel2019	MOS Excel 365 & 2019 Specialist 試験対策
14	リフレクション	後期授業振り返り・試験対策
15	考査	後期試験
16		

☐ 到達目標

MOS試験の出題範囲を演習問題に
取り組みながら網羅する

☐ 成績評価の方法・基準

試験70% 課題10% 出席状況・授業態度20%

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		簿記2級演習Ⅱ		高田清志		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手銀行に5年間勤務、その後住宅メーカーでの勤務を経て金融コンサルタントとして独立。
宅建士の資格取得から、実務での活用例について享受する。

☐ 授業科目の概要

日商簿記検定2級合格を目標として演習を行う。
本試験レベルの問題を60分で演習し解説をする

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	個別論点再確認	商業簿記 商品売買 現金預金
2	個別論点再確認	商業簿記 債権 債務
3	個別論点再確認	商業簿記 有価証券(1)
4	個別論点再確認	商業簿記 有価証券(2)
5	個別論点再確認	商業簿記 有価証券(3)
6	個別論点再確認	商業簿記 有形固定資産(1)
7	個別論点再確認	商業簿記 有形固定資産(2)
8	個別論点再確認	商業簿記 有形固定資産(3)
9	個別論点再確認	商業簿記 リース取引 無形固定資産 研究開発費
10	個別論点再確認	商業簿記 引当金 外貨換算会計
11	個別論点再確認	商業簿記 税金 課税所得 税効果会計
12	個別論点再確認	商業簿記 株式の発行 剰余金 配当と処分
13	個別論点再確認	商業簿記 決算手続き 収益費用の認識基準
14	個別論点再確認	商業簿記 本支店会計 合併事業譲渡
15	テスト	小論文 発表
16		

☐ 到達目標

日商簿記検定2級合格レベル

☐ 成績評価の方法・基準

毎回の課題レポート提出（7割） 小論文3割

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		簿記3級演習Ⅱ		高田清志		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手銀行に5年間勤務、その後住宅メーカーでの勤務を経て金融コンサルタントとして独立。
宅建士の資格取得から、実務での活用例について享受する。

☐ 授業科目の概要

本試験レベルの問題を60分で演習し解説をする
一人でも多く簿記三級合格者を出すための演習授業

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	簿記演習①	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
2	簿記演習②	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
3	簿記演習③	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
4	簿記演習④	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
5	簿記演習⑤	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
6	簿記演習⑥	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
7	簿記演習⑦	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
8	簿記演習⑧	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
9	簿記演習⑨	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
10	簿記演習⑩	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
11	簿記演習⑪	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
12	簿記演習⑫	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
13	簿記演習⑬	テスト形式演習60分 ○付け解説30分
14	簿記演習⑭	テスト形式演習60分 ○付け解説30分 半年間の総評
15	テスト	その場で簿記に関するテーマを与え、小論文作成
16		

☐ 到達目標

日商簿記3級取得

☐ 成績評価の方法・基準

出席Max30点 テスト100点

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		簿記1級・財務諸表論		柴野宏行		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

税理士として顧問先の税務や経営指導を行っている教員が、
簿記会計の基礎知識、株式会社の会計を中心とした応用レベルの取引の処理及び決算手続について享受する。

☐ 授業科目の概要

財務諸表論講義、演習により、日商簿記検定1級の取得をめざす

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	財務諸表論	講義形式
2	財務諸表論	講義形式
3	財務諸表論	講義形式
4	財務諸表論	講義形式
5	財務諸表論	講義形式
6	簿記計算1級	講義形式にて、知識を習得
7	簿記計算1級	講義形式にて、知識を習得
8	簿記計算1級	講義形式にて、知識を習得
9	簿記計算1級	講義形式にて、知識を習得
10	簿記計算1級	講義形式にて、知識を習得
11	簿記計算1級	講義形式にて、知識を習得
12	簿記計算1級	演習
13	簿記計算1級	演習
14	簿記計算1級	演習
15	後期考査	
16		

☐ 到達目標

日商簿記検定1級の取得

☐ 成績評価の方法・基準

試験 50% 出席状況 50%

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		行動経済学Ⅲ		土屋 豊		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

大手物流企業にて、流通・小売部門でバイヤーやマーチャンダイザー（MD）を10年間経験。その後、独立・起業し、企業向けECサイトを立ち上げ、自ら運営。商品企画から販売戦略まで、実体験に基づいた流通・マーケティング論を指導する。

☐ 授業科目の概要

行動経済学を現実的な例で理解し、論理的な分析力と課題解決の対応力を身につける。
毎回、テーマになっている課題を考えながら、消費者の購買行動の多様性を理解する。その中で「活きた経済学」を学び取る。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	予測の効果	なぜ心は予測した通りのものを手に入れるのか
2	予測の効果	なぜ心は予測した通りのものを手に入れるのか
3	価格の力	なぜ1セントのアスピリンにできないことが50セントのアスピリンにできるのか
4	価格の力	なぜ1セントのアスピリンにできないことが51セントのアスピリンにできるのか
5	不信の輪	なぜ我々はマーケティング担当者の話を信じないのか
6	不信の輪	なぜ我々はマーケティング担当者の話を信じないのか
7	私たちの品格について（1）	なぜ我々は不正直なのか
8	私たちの品格について（2）	なぜ我々は不正直なのか
9	私たちの品格について（2）	なぜ我々は不正直なのか
10	私たちの品格について（3）	なぜ我々は不正直なのか
11	ビールと無料のランチ	行動経済学とは何か
12	ビールと無料のランチ	行動経済学とは何か
13	期末試験対策	後期のまとめ
14	期末試験	
15		
16		

☐ 到達目標

一般的な経済学の枠を超えて心理学や社会行動学にまで及んだ
生きた経済学を体験する

☐ 成績評価の方法・基準

ディスカッションや小論文の総合評価で各自の習熟度をチェックする

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		店舗経営論		土屋 豊		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

大手物流企業にて、流通・小売部門でバイヤーやマーチャンダイザー（MD）を10年間経験。その後、独立・起業し、企業向けECサイトを立ち上げ、自ら運営。商品企画から販売戦略まで、実体験に基づいた流通・マーケティング論を指導する。

☐ 授業科目の概要

最終的なショップシミュレーションを想定して、経営理念、コンセプト、MD、経営計画、立地、店舗構成、収支計画、広告販促計画、CI戦略等の広い分野を学習し、My Shop Planning（MSP）の立案を行う。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
2	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
3	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
4	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
5	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
6	コンパスキューブ	コンパスキューブ準備
7	コンパス営業中	店舗運営の設計図となる年間経営計画の作成
8	コンパス営業中	経費の仕分け、変動費、固定費、損益分岐点の算出
9	収支計画 1	初期投資、運転資金、減価償却、借入金、営業利益について
10	売場構成	縮尺、平面図作成、（立面図作成）、VMDプラン
11	広告・販促計画	広告、販促、CI の確定
12	各MSPの見直し	見直しとアドバイス
13	ショッププラン最終チェック	パソコン室 ショッププラン最終準備
14	後期試験	パソコン室 ショッププラン提出
15	調整回	調整回
16		

☐ 到達目標

MSPを作成することで小売業の経営感覚を身につける。

☐ 成績評価の方法・基準

My Shop Planing を作成し、その完成度を評価する。

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		ビジネスプレゼンテーションⅠ		馬場裕		○
授業の種類		授業の方法（講義／演習／実験・実習実技／その他（概要記載））		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義		2	4×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

物流系の民間企業で海外担当として従事。内5年間は海外赴任 その後大学教員に転身。
企業の人材育成と大学でのキャリア教育の経験を活かし、人的資源管理論などを指導する。

☐ 授業科目の概要

効果的なプレゼンテーション技術を学ぶことを目的とし、座学と実習を繰り返します。内容の構成法や発声、身体の使い方を習得し、実際にプレゼンテーションを行い、聞き手に響くメッセージを伝える力を育成し、自身を持って発表できるようアウトプットを重視し、実践的な経験を積んでプレゼンテーションの効果を最大限に引き出します。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション 授業概要	授業概要・何を学んでほしいのか？身につけてほしいのか？「伝える力・聴く力」・チーム紹介(PREP法)
2	プレゼンテーション構成Ⅰ	内容力を磨くため、具体的な構成「PREP法」を学ぶ・チーム紹介【グループワーク】※ワールドカフェ方式でディスカッション
3	プレゼンテーション構成Ⅰ	テーマに沿ったプレゼンテーションを行います/聴き手は評価シートにて全チームを評価
4	プレゼンテーション発表Ⅰ	テーマに沿ったプレゼンテーションを行います・2チームごとに対抗プレゼン・聴き手は評価シートにて全チームを評価
5	発声・表情・身体の使い方 フィーラー・クセの改善/パワポ資料作成のコツ	パワポ資料作成のコツ/表現力を磨くため「伝わる発声法」「表情・身体の使い方」を学びます 無意識に表れる「えー、あー」などのクセ。どうやったら改善できるかを学びます（チーム編成→紹介）
6	プレゼンテーション準備Ⅰ	学んできた内容を自由に取り入れ「DESC法」を学ぶ。でテーマに沿って準備を行う【資料作成・プレゼン準備】
7	プレゼンテーション準備Ⅱ	テーマに沿ったプレゼンテーション【資料作成・プレゼン準備】
8	プレゼンテーション発表Ⅱ	テーマに沿ったプレゼンテーションを行います・2チームごとに対抗プレゼン・聴き手は評価シートにて全チームを評価
9	メンタルトレーニング 期末プレゼンテーション準備Ⅲ	本番で発揮するためのメンタルトレーニング・緊張緩和法を学びます。
10	プレゼンテーション準備Ⅲ	期末発表に向けて総まとめで準備練習を行う【資料作成・プレゼン準備】【ディベート方式】
11	プレゼンテーション準備Ⅲ	期末発表に向けて総まとめで準備練習を行う【資料作成・プレゼン準備】【ディベート方式】
12	プレゼンテーション準備Ⅲ	期末発表に向けて総まとめで準備練習を行う【資料作成・プレゼン準備】【ディベート方式】
13	プレゼンテーション発表Ⅳ	期末プレゼンテーション発表・半年間で学んだことができているかをテスト方式で行います【ディベート方式・敗者】
14	プレゼンテーション発表Ⅳ	期末プレゼンテーション発表・半年間で学んだことができているかをテスト方式で行います【ディベート方式・敗者】
15	プレゼンテーション発表Ⅳ	期末プレゼンテーション発表・半年間で学んだことができているかをテスト方式で行います【ディベート方式・敗者】
16		

☐ 到達目標

実践を通じて効果的なプレゼンテーションスキルを習得し、社会人でのコミュニケーション能力を向上し、プレッシャーやストレスへの耐性も強化する。

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 課題0% 出席状況・授業態度70%
最終試験不合格者は課題提出による単位認定

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	日本の企業経営Ⅱ		倉原照幸		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
選択授業	講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は経営者として長く活動しており、自身の経営者としての実績を踏まえ、中小企業経営の観点から講義を行う。

☐ 授業科目の概要

本授業は、「日本の企業経営」の理論と実践を体系的に学ぶことによって、実社会に出た時に役立つ「実学」を重視した授業を展開いたします。
「初歩から学ぶ日本の企業経営」をテーマに、前期は、講義とディスカッションをベースに「日本の企業経営」の基礎的な知識習得を行います。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	イントロダクション	授業のすすめ方、評価の仕方について説明し、授業終了時の到達目標などを提示する。 現行、起きている社会状況を企業経営の立場から考察する。
2	日本の企業経営の歴史①	概説：幕末から明治前期の経済。
3	日本の企業経営の歴史②	経営者の誕生：明治から昭和の経営者。
4	日本の企業経営の歴史③	戦後の日本経営のありかた。高度経済成長期から現代の経営手法。
5	企業経営とは何か①	初めて学ぶ日本の経営概論。
6	企業経営とは何か②	社会と経営：企業経営と社会の結びつきを知る。
7	日本の企業システム①	日本の企業システムの特徴。
8	日本の企業システム②	日本の企業システムと海外の比較。
9	ベンチャー企業の経営①	ベンチャー企業経営の特徴と課題。
10	ベンチャー企業の経営②	ベンチャー企業の展望。
11	企業経営（事例考察）①	EC事業会社をテーマにケーススタディ。2社程度予定。
12	企業経営（事例考察）②	注目するスタートアップ企業を考察する。2社程度
13	国際比較（米国編）	米国と日本の企業経営の特徴を比較検討。
14	国際比較（ヨーロッパ編）	特にドイツ、イギリス企業と日本企業の特徴を比較検討。
15	講義のまとめ	授業の重要ポイントに絞ったまとめ。
16		

☐ 到達目標

- 日本の企業経営のこれまでの歴史の考察を出来ること。
- 日本の企業システムと経営管理について理解出来ること。

☐ 成績評価の方法・基準

- 課題レポートの提出（70%）
- 期末テスト（30%）

2026年度	後期	経営学科学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		ファイナンシャル概論Ⅱ		町田 萌		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師はFPサテライト株式会社に約8年間(前身の個人事務所を含む)のFP実務および育成マネジメントしている実績を踏まえ、FP実務者および育成者の観点から講義を行う。

☐ 授業科目の概要

すべて対面による授業で行う。主体性を持って授業に取り組めるように、自身のライフプラン作成が最後の課題である。
また、人生を歩む過程内容で授業を行うことで、親近感を持って少し遠い未来まで考えてもらう。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	はじめに オリエンテーション	・授業概要・自己紹介、企業紹介・フリーディスカッション
2	【人生設計】自分のライフプランを作成 人生をバックカastingしよう！	・ファイナンス、ファイナサイン、ファイナメントを知ろう 50歳の自分、どうなってる？職業、貯金、資産、生活、家族など。そこから逆算すると・・・○歳で就職？○歳で車買う？○歳で結婚？○歳で出産？○歳で住宅購入？
3	【キャリア】就職、どうする？	・大企業で安定？中小企業でやりがい？フリーランスで技術を活かす？起業する？ ・雇用されるメリット・デメリット、独立するメリット・デメリット
4	【日常生活費】独り暮らし、生活費はどのくらいかかる？	・基本生活費とは（生活費、家賃、等々）
5	【資産運用】お金の増やし方、貯金しておくのも・・・資産運用ってどうやるの？	・資産運用って何？資産運用の目的・株式、投資信託、FX、不動産・知っててやるのと、知らずにやるのは天と地の違い！
6	【税金・社会保険】給料、年収、手取り年収、なんで違うの？	・給料明細を見ると「支給額」「控除額」「支払額」って何？年収ってどれ？ ・税金、社会保険のみ
7	【結婚・出産】結婚したいけど、お金どれくらいかかるの？ 子どもとの出会い、おめでたいけど	・結婚する前、結婚式、結婚後・・・お金がいっぱいかかりそう。・出産っておめでたいし、うれしいけど、結構お金がかかりますが、社会保障もあります(出産手当金)、育休(雇用保険)
8	【保険】将来に対する漠然とした不安	・もし自分が大きな病気やケガをしたらどうしよう・・・ ・公的保険(健康保険、遺族年金)、民間保険
9	【住宅・車】人生の大きな買い物	・そろそろ自動車(200～300万円)や住宅(3,000～6,000万円)を購入したいな ・ローンってどうやって組むの？住宅ローン減税ってどうやって手続きするの？・持ち家と賃貸の違い
10	【教育】人生3大出費と言われる「教育費」	・皆さんの教育費ってどのくらいかかってるのか分かります？ ・保育園・幼稚園→小、中、高校→専門学校 トータル○○万円！
11	【セカンドキャリア】転職してキャリアアップ、年収アップ！	・社会保険、国民年金、企業年金、企業年金確定拠出年金ってなるの？ ・独立も！？確定申告書の書き方も記載 ・雇用保険(失業給付金)、(教育訓練)
12	【相続】実家に財産？えっ、こんなにあるの？	・雇用保険(失業給付金)、(教育訓練)に加入するホーム・介護保険や月々の費用 ・実家にはそんなに現金がないから自分には関係ない？資産は現金だけではありません・事前に想定し、準備しておくことが大切
13	【マインドセット】お金ってなんですか？お金の本質	・お金は目的を達成するための手段である。 ・お金と豊かさの相関関係
14	【人生設計】もう一度ライフプランをバックカastingしよう	・ここまで学んできた上で、改めて自分のライフプランシートを作成
15	最終課題提出	ライフプランを完璧に仕上げる
16		

☐ 到達目標

マネーリテラシーの基礎知識を身に付けてうえで
自身のライフプランを作成できるようにする。

☐ 成績評価の方法・基準

試験0% 課題60% 出席状況・授業態度40%

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		企業研究Ⅳ		齊藤尚仁		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

民間企業の経営企画部門での勤務後、経営コンサルタントとしての法務アドバイス等の行っている教員が職務経験を授業の中に入れることで、ビジネスの現場で活用する実践的なノウハウを享受する。

☐ 授業科目の概要

授業では、企業や組織、業界のビジネスの流れを理解し、企業の役割と取り組みを学ぶ。さらに、社会保障制度や公的・私的保険、医療・労働保険、介護保険、年金保険を中心に、働く上で必要な社会保険を理解する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	企業研究の復習	企業研究Ⅰ～Ⅲの復習を行い、業種や業界と職種の関係、労働基準法を講義し、これまでの企業研究の内容を振り返る
2	企業組織	分業と分業の階層化を説明し、企業の仕事の進め方が現れた組織図の種類を学ぶ
3	業界と企業との関係	業界と企業、企業内の関係という視点で日本経済の動きを理解する
4	企業グループ	財閥や銀行、ホールディングスをコアとした企業グループや飲食店チェーンの視点で日本経済の仕組みを理解する
5	社会保障制度概論	労働者の社会保障制度について
6	社会保障制度概論	公的保険と私的保険
7	社会保障制度概論	公的保険と私的保険
8	医療保険制度	医療保険制度の仕組み
9	医療保険制度	医療保険制度の仕組み
10	労働保険制度	労働保険制度の仕組み
11	介護保険制度	介護保険制度の仕組み
12	年金保険制度	年金保険制度の仕組み
13	年金保険制度	年金保険制度の仕組み
14	まとめ（演習）	過去の授業を振り返り、補足説明をする 後期考查模擬演習を行う
15	後期考查	
16		

☐ 到達目標

企業経営分野における実務に関する知識を習得している

☐ 成績評価の方法・基準

試験80％ 出席状況・授業態度20％

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		ブランド論		土屋 豊		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

大手物流企業にて、流通・小売部門でバイヤーやマーチャンダイザー（MD）を10年間経験。その後、独立・起業し、企業向けECサイトを立ち上げ、自ら運営。商品企画から販売戦略まで、実体験に基づいた流通・マーケティング論を指導する。

☐ 授業科目の概要

VMDの学習を基盤としたブランド論の本質を学ぶ
Visual Merchandisingをベースにブランドとは何かを探る

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	ブランド論	ブランドが支える企業の成長
2	ブランド論	「ユニクロ」の成長
3	ブランド論	ブランド理解の鍵
4	ブランド論	技術の軸と使用機能の軸
5	ブランド論	ブランドの育成プロセス
6	ブランド論	製品指示型ブランド
7	ブランド論	技術横断型ブランド
8	ブランド論	使用機能横断型ブランド
9	ブランド論	「ユニクロ」型ブランド
10	ブランド論	“MUJI”ブランドが意味するもの
11	ブランド論	“イッセイ・ミヤケ”の反スタイル
12	ブランド論	ブランド価値の源泉
13	後期試験の対策1	ブランドの総まとめ
14	後期試験の対策2	ブランドの総まとめ
15	後期試験	後期期末試験
16		

☐ 到達目標

組織の役割や目的を確認し、他者の立場でものごとを考える
習慣を身につけて人を動かす技を磨く

☐ 成績評価の方法・基準

小論文形式によるブランド論の理解度を評価

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		組織論Ⅱ		土屋 豊		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

大手物流企業にて、流通・小売部門でバイヤーやマーチャンダイザー（MD）を10年間経験。その後、独立・起業し、企業向けECサイトを立ち上げ、自ら運営。商品企画から販売戦略まで、実体験に基づいた流通・マーケティング論を指導する。

☐ 授業科目の概要

行動経済学を現実的な例で理解し、論理的な分析力と課題解決の対応力を身につける。
毎回、テーマになっている課題を考えながら、消費者の購買行動の多様性を理解する。その中で「活きた経済学」を学び取る。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	人を動かす3原則	盗人にも5分の理を認める。重要度を持たせる。人の立場に身を置く。
2	人に好かれる6原則	誠実な関心を寄せる。笑顔を忘れない
3	人に好かれる6原則	名前を覚える。聞き手に回る。
4	人に好かれる6原則	関心のありかを見抜く。心から誉める。
5	人を説得する12原則	議論を避ける。誤りを指摘しない。
6	人を説得する12原則	誤りを認める。穏やかに話す。
7	人を説得する12原則	「イエス」と答えられる問題を選ぶ。しゃべらせる。
8	人を説得する12原則	思いつかせる。人の身になる。
9	人を説得する12原則	同情を持つ。美しい心情に呼びかける。
10	人を説得する12原則	演出を考える。対抗意識を刺激する。
11	人を変える9原則	まずほめる。遠回しに注意を与える。
12	人を変える9原則	自分の過ちを話す。命令をしない。
13	人を変える9原則	顔を潰さない。わずかなことでもほめる。
14	人を変える9原則	期待をかける。激励する。喜んで協力する。
15	期末試験	記述試験
16		

☐ 到達目標

組織の役割や目的を確認し、他者の立場でものごとを考える
習慣を身につけて人を動かす技を磨く

☐ 成績評価の方法・基準

普段の授業態度と期末試験による総合評価

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		販売士1級（小売業の類型）		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

対面形式で授業を行う。日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「小売業の類型」科目で合格できるスキルの修得を目的とする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	流通システムの変革と小売業の新たな役割
2	基本講義	流通政策と商業政策
3	基本講義	流通政策と環境対策
4	基本講義	フランチャイズシステムの戦略的特性（1）
5	基本講義	フランチャイズシステムの戦略的特性（2）
6	基本講義	店舗形態別小売業の戦略的特性（1）
7	基本講義	店舗形態別小売業の戦略的特性（2）
8	基本講義	チェーンストアの戦略概論（1）
9	基本講義	チェーンストアの戦略概論（2）
10	基本講義	チェーンストアの戦略概論（3）
11	基本講義	商店街およびショッピングセンターの戦略的特性（1）
12	基本講義	商店街およびショッピングセンターの戦略的特性（2）
13	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
14	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	答案錬成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
16		

☐ 到達目標

販売士1級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 課題20% 出席状況・授業態度40%

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		販売士1級（マーチャンダイジング）		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

対面形式で授業を行う。日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「マーチャンダイジング」科目で合格できるスキルの修得を目的とする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	マーチャンダイジングの戦略的展開
2	基本講義	マーチャンダイジングサイクルの実践
3	基本講義	マーチャンダイジング戦略の概論（1）
4	基本講義	マーチャンダイジング戦略の概論（2）
5	基本講義	商品計画の策定と商品予算の実施（1）
6	基本講義	商品計画の策定と商品予算の実施（2）
7	基本講義	商品計画並びに販売管理の戦略的策定（1）
8	基本講義	商品計画並びに販売管理の戦略的策定（2）
9	基本講義	仕入計画と在庫管理の実務（1）
10	基本講義	仕入計画と在庫管理の実務（2）
11	基本講義	戦略的商品管理の実務（1）
12	基本講義	戦略的商品管理の実務（2）
13	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
14	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	答案錬成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
16		

☐ 到達目標

販売士1級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 課題20% 出席状況・授業態度40%

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		起業論Ⅳ		齊藤尚仁		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

民間企業の経営企画部門での勤務後、経営コンサルタントとしての法務アドバイス等の行っている教員が職務経験を授業の中に入れることで、ビジネスの現場で活用する実践的なノウハウを享受する。

☐ 授業科目の概要

この授業では、これまでに習得した「起業」に関わる戦略論、マーケティング論、「不」の解消によるニーズ分析および経営計画の立案等の知識を振り返り整理する。また、個人事業主と法人化の比較やフランチャイズシステムなど、今後の起業に必要な情報を習得する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	起業知識の整理	外部環境分析
2	起業知識の整理	PEST分析による外部環境の読み方
3	起業知識の整理	強みの再確認と企業での活用
4	起業知識の整理	ドメイン（ターゲットの設定、ニーズの明確化）
5	起業知識の整理	ドメイン（差別的優位性）
6	起業知識の整理	マーケティング戦略
7	起業知識の整理	財務戦略
8	起業方法	個人事業主とフリーランス
9	起業方法	法人化のメリット・デメリット
10	起業方法	税金と社会保険の知識整理
11	フランチャイズ	フランチャイズへの取り組み
12	フランチャイズ	フランチャイズのメリット・デメリット
13	違法ビジネスの回避	ポンジスキームとマルチ商法、ネズミ講
14	まとめ（演習）	過去の授業を振り返り、補足説明をする 後期考查模擬演習を行う
15	後期考查	
16		

☐ 到達目標

起業までに必要な知識を習得している

☐ 成績評価の方法・基準

試験80％ 出席状況・授業態度20％

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		ビジネス企画Ⅱ		市丸聡子		
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本選択		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、経営コンサルティング会社に10年勤務し、新規事業開発、企業向けマナー/営業研修、集客支援等の実績を踏まえ、論理的な企画書作成、およびプレゼンテーションスキルを講義する

☐ 授業科目の概要

ビジネス企画書の作成を通じ、購買心理への理解、データ分析力、事例（他社）情報収集、収益性、マーケティングへの理解を深める。最終的に、論理的な企画書にまとめ、プレゼンテーションすることで、アウトプット力を高める。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション	講師自己紹介、授業概要説明
2	購買心理	顧客はどのような心理で商品・サービスを購入するか→課題解決と新規性、独創性
3	データの読み取り	多数の飲食業界データを読み解きながら、「自分が飲食店を作るとしたら、どんな飲食店？」→ターゲット選定
4	企画テーマ検討	テーマ考察、情報収集
5	企画テーマ決定	テーマについて、講師へ説明。（妥当性を講師が判断）
6	準備・計画の作成	現状分析、課題把握、業界データ等、必要な基礎データの洗い出し、スケジュール作成
7	フィールドワーク、データ分析	主にパソコンを使用したデータ、事例、競合分析
8	フィールドワーク、データ分析	主にパソコンを使用したデータ、事例、競合分析
9	マーケティング講義	リアル・ネットでの販売促進や広告宣伝の手法、実際の金額など、事例講義
10	プレゼンテーション講義	企画書の構成、パワーポイントの効果的作成方法、「他者に聞かせる」プレゼンテーションとは
11	企画書作成	企画書作成作業、プレゼン練習
12	企画書作成	企画書作成作業、プレゼン練習
13	企画発表（中間）	企画書の提出と、プレゼンテーション
14	企画書修正	企画書修正
15	定期考査	企画書の提出と、プレゼンテーション
16		

☐ 到達目標

論理的な企画書を作成する。
効果的なプレゼンテーションを実施する。

☐ 成績評価の方法・基準

課題60％ 出席状況・授業態度40％

2026年度	後期	経営学科	2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		販売士1級（ストアオペレーション）		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの企業内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

対面形式で授業を行う。日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「ストアオペレーション」科目で合格できるスキルの修得を目的とする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	ストアオペレーションの戦略的展開
2	基本講義	店舗運営サイクルの戦略的展開（1）
3	基本講義	店舗運営サイクルの戦略的展開（2）
4	基本講義	スペースマネジメントの戦略的展開
5	基本講義	発注の戦略的展開（1）
6	基本講義	発注の戦略的展開（2）
7	基本講義	発注の戦略的展開（3）
8	基本講義	L S Pの戦略的展開（1）
9	基本講義	L S Pの戦略的展開（2）
10	基本講義	ローコストオペレーションの戦略的展開（1）
11	基本講義	ローコストオペレーションの戦略的展開（2）
12	基本講義	人的販売と販売員指導の実践
13	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
14	答案錬成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	答案錬成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
16		

☐ 到達目標

販売士1級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 課題20% 出席状況・授業態度40%

2026年度	後期	経営学科	1/2年	流通マーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		販売士1級（マーケティング）		福田誠一		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
選択授業		講義・演習		1	2×15	週1コマ＝2時限×15週 週2コマ＝4時限×15週

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

研修事業を実施する会社に25年間勤務し、階層別や職能別研修、資格取得などの社内研修を多数実施してきた経験を踏まえ、単なる資格取得講座ではなく、「企業が欲する人材を育成する」という観点から講義を実施する。

☐ 授業科目の概要

対面形式で授業を行う。日本商工会議所が実施する「流通業界に関する公的資格」である、リテールマーケティング（販売士）2級検定試験において「マーチャンダイジング」科目で合格できるスキルの修得を目的とする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	基本講義	小売業のマイクロマーケティング戦略の実践（1）
2	基本講義	小売業のマイクロマーケティング戦略の実践（2）
3	基本講義	小売業のマーケティングの種類と特徴
4	基本講義	ライフスタイルの変化とマーケティング戦略
5	基本講義	顧客戦略の実践（1）
6	基本講義	顧客戦略の実践（2）
7	基本講義	マーケティングリサーチの実践
8	基本講義	出店戦略と商圈分析の実践（1）
9	基本講義	出店戦略と商圈分析の実践（2）
10	基本講義	販売促進とプライシングの戦略的展開（1）
11	基本講義	販売促進とプライシングの戦略的展開（2）
12	基本講義	流通マーケティング戦略の実践
13	答案練成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
14	答案練成問題	客観式問題対策（模擬試験解答解説）
15	答案練成問題	客観式問題対策（出題予想模擬試験の実施）
16		

☐ 到達目標

販売士1級検定試験に合格する

☐ 成績評価の方法・基準

試験30% 課題20% 出席状況・授業態度40%

