

## NGU 教養スタンダード

### NGU 教養スタンダード

本学のカリキュラムの特色のひとつとして、どの学部の学生でも学べる「NGU 教養スタンダード科目」を開設しています。「NGU 教養スタンダード科目」は、現代社会で生きていくために必要な知識と技術をしっかり身につけ、専門知識だけに偏らない豊かな人間性を育てるために、次のような3つの目標を掲げて、カリキュラムを編成しています。

- キリスト教主義にもとづいた豊かな人格の形成
- 社会生活に必要な知識や技術の修得
- 成熟した市民として必要な教養の養成

### NGU 教養スタンダード科目の構成

#### キリスト教に関する科目

「キリスト教」に関する科目は、キリスト教主義大学である本学の核心です。必修科目の「キリスト教概説1」「キリスト教概説2」では、世界の文明に大きな役割を果たしたキリスト教を、人間、歴史、社会、生命などとの関わりにおいて考え、世界に通用するしっかりとした人間観・世界観を築く足がかりとします。

#### 自己理解と自己開発に関する科目

1年生の必修科目である「基礎セミナー」では、少人数クラスで「大学で学ぶことの意義」について理解し、有意義な大学生活を送る足がかりを形成することを目的としています。さらに、大学での学びを促進させるスキルの習得をめざして、授業を受ける技術、プレゼンテーションの技法、情報検索の方法など、2年次以上のゼミナール活動の基本となるスキルについて学ぶことを目標としています。また、「キャリアデザイン1a～2b」などの科目を配置して、「将来なりたい自分とは何か」についてしっかりしたイメージを養うとともに、職業を考え将来のキャリアを設計するための足がかりとします。

#### 情報に関する科目

高度情報化社会の要請に応えるため、数理・データサイエンス・AI教育の充実が、本学の情報教育の特色です。1年次の「情報処理リテラシー（必修科目）」では、ノートパソコンを使って情報処理の基礎知識と基本スキルを学修します。また、「データサイエンスリテラシー」「データサイエンス概論」「AI概論」「情報処理論」などでは、数理・データサイエンス・AIの基礎知識と様々な応用法、並びに近年のデータサイエンス分野の動向などを学修します。

#### 言語とコミュニケーションに関する科目

外国語については、「英語」を必修として学ぶほか、「ドイツ語」、「フランス語」、「スペイン語」、「中国語」、「韓国語」を学ぶことができます（学部によっては履修できない外国語もあります）。また、「日本語表現」を必修として学び、日本語表現法関連科目を学修することができます。

#### 社会的教養に関する科目

自分で考える力を養い、深みのある人間性を身につけるためには、一般教養の修得が欠かせません。本学では、〈歴史・文化〉、〈社会〉、〈自然・人間・生命〉、〈地域〉の4区分の学修を通じて、適切な教養の修得を目指します。

#### 教職に関する科目

ここに配置されている科目は教員免許取得をめざして教職課程に加入している者だけが受講できる科目です。実際に教員免許を取得するためには、教職課程履修規程にもとづき、この領域の科目に加えて、その他の指定された科目を履修する必要があります。

## 地（知）の拠点整備事業（大学 COC 事業）

### 大学 COC 事業に関する 4 年間の学修

文部科学省は「地（知）の拠点整備事業（大学 COC 事業）」を通じて、全学的に地域と連携した教育・研究・社会貢献に取り組む大学を支援しています。2013 年 8 月、名古屋学院大学は同事業に採択され、学生のみなさんが地域のことに興味関心を抱き、学修意欲を高められるカリキュラムを充実させました。これにより、企業が必要とする「社会人基礎力」が高まり、4 年後の就職にも有利となることをめざしています。

※ COC は「Center of Community」の略で、「地域再生の核となる大学」という意味です。

学生のみなさんは、下図に示すカリキュラムにより、行政や地域（住民・企業・団体）とも連携・協力しながら学修を進めていきます。これらの授業においては、教室内の学修はもちろんですが、学外でのイベントやフィールドワークに参加する場合があります。

### COC に関するカリキュラムの流れ

カリキュラム	1 年次	2 年次	3 年次	4 年次
① 教育イベント「まちづくり提言コンペ」	→			
② 課題解決型授業（PBL）	→			
③ 地域志向型科目（各学部専門科目）	→			
④ 教育イベント「地域フォーラム」			→	

- ① 全学生が参加する**1 年生の教育イベント**として、「基礎セミナー」において、名古屋市熱田区または瀬戸市にかかわる「まちづくり提言コンペ」を実施します。
- ② **課題解決型学習（PBL）**として、全学共通の《NGU 教養スタンダード科目》において、地域商業・減災福祉に関する「まちづくり学」「まちづくり演習」を開講するとともに、希望者は「上級まちづくり演習」（減災福祉のみ）で継続受講することも可能です。
- ③ 各学部の専門科目において、地域を学修対象とした**地域志向型科目**を開講しています。
- ④ 全学生が参加する**3・4 年の教育イベント**として、「演習」での課題研究の成果などを地域の方向けに発表する「**地域フォーラム**」を実施します。専門科目としての演習科目やゼミなどで学修・研究した成果を広く地域へ発信します。

#### 初級まちづくりマイスター

まちづくり分野（地域商業・減災福祉）で開講している「まちづくり学」「まちづくり演習」科目の両方を履修し単位修得した学生に対し、「初級まちづくりマイスター」を認定します。

#### 上級まちづくりマイスター

初級まちづくりマイスターを認定された者のうち、「上級まちづくり演習」を履修し単位修得すること、かつ公的な社会的活動に従事したり公的資格の取得をした学生を対象に、「上級まちづくりマイスター」を認定します。

## 経営学部 データ経営学科

### 教育目標（学則第3条の2より）

データ経営学科は、経営及びマーケティング分野の専門的知識と、経営戦略や意思決定において不可欠な経営分析に関する基礎的知識及びスキルを兼ね備え、ビジネスの現場においてこれら学部教育で培った能力を発揮できる人材を養成することを教育目標とする。

### ディプロマ・ポリシー（学位授与方針）

データ経営学科に所属する学生には、本学部学科のカリキュラムを体系的に履修・学修し、研究することを通して、ディプロマ・ポリシーで掲げる知識・技能・能力の獲得を達成することを求める。これらを身につけ卒業に必要とされる所定の単位数と要件を満たした学生には「学士（経営学）」の学位を授与する。

#### 知識・技能

- 1) 建学の精神を实践し、社会が求める幅広い視野と教養を身につけ、社会やビジネスを取り巻く環境を理解し、自分事として捉える資質・能力を身につけている。
- 2) 経営学、マーケティングなど経営に関する基礎的・専門的知識や理論を理解し身につけている。
- 3) 経営に必要なデータを収集・分析・可視化する基礎的知識及び技能や能力を身につけている。

#### 思考力・判断力・表現力

- 4) 新たなビジネスの価値創造に寄与するために、修得した知識・技能を基に論理的に思考し、ビジネス上の問題・課題を発見することで、経営戦略の構築や意思決定に役立てることができる能力を身につけている。
- 5) 適切かつ分かりやすく伝えることができるコミュニケーション能力とプレゼンテーション能力を身につけている。

#### 主体性・多様性・協働性

- 6) 主体的に問題・課題解決に向け取り組むことができる態度、および多様な人々と協働することができる能力を身につけている。

### カリキュラム・ポリシー（教育課程編成・実施方針）

データ経営学科は、ディプロマ・ポリシーで掲げた知識・技能・能力の獲得を達成するために、【NGU 教養スタンダード科目】（全学部共通の教養科目）及び【専門科目】を体系的に編成し、講義・演習を適切に組み合わせた授業科目を開講している。教育内容や教育方法及び学修成果の評価に関するカリキュラム・ポリシーは、以下の通りである。

なお、ディプロマ・ポリシーとカリキュラム・ポリシー及び科目区分・科目名称との相関については「ディプロマ・ポリシー達成に向けた経営学部データ経営学科専門科目対応表」で示している（P101 を参照）。

- 1) キリスト教主義に基づいた豊かな人格の形成、社会が求める幅広い視野と成熟社会で暮らし活躍する市民としての基礎的素養・教養を理解し育むことに繋がる教育を行う。
- 2) 経営学に関する基礎的・専門的知識や理論を理解し身につける教育を行う。
- 3) マーケティングに関する基礎的・専門的知識や理論を理解し身につける教育を行う。

- 4) 経営に必要なデータを収集・分析・可視化する基礎的知識及び技能・能力を修得する教育を行う。
- 5) 修得した知識・技能を生かして問題・課題を発見したり、経営戦略の構築や意思決定に役立てたり、新たなビジネスの価値創造に寄与する力を向上させる PBL 型教育や卒業研究を配置する。
- 6) コミュニケーション能力やプレゼンテーション能力、問題・課題解決に向け主体性を持って多様な人々と協働して物事に取り組む力を育むアクティブ・ラーニング型の演習科目を配置する。
- 7) ディプロマ・ポリシーで掲げる 6 つの知識・技能・能力を身につけているか、授業への参加度や学修成果を可視化した課題や試験、卒業論文などを通して総合的に評価する。

## 教育内容

- ・ 【NGU 教養スタンダード科目】では、キリスト教主義に基づいた豊かな人格の形成、社会生活に必要な知識・技能の修得、成熟社会で暮らし活躍する市民として必要な教養の獲得を目指す。そのため、1 年次の必修科目として「キリスト教概説 1」、「キリスト教概説 2」、大学の学修で必要な基礎的技能を学ぶ「基礎セミナー」を履修するほか、雇用可能性を高めるキャリア形成に関する科目、国内外の言語とコミュニケーションに関する科目などを履修するものとする。
- ・ 【専門科目】では、ディプロマ・ポリシーで求める知識・技能・能力の獲得を確実なものとするため、《基礎科目》、《基幹科目》、《発展科目》及び《専門演習科目》の 4 つに区分し、基礎、基幹、発展と学びのステップを一段ずつ歩み、初歩的・基礎的な科目から応用まで系統立てて学ぶことができるカリキュラム構成とする。
- ・ 《基礎科目》では、全ての科目を 1 年次配当とし、入学生全員に本学部学科における専門教育の基盤を身につけさせ、ディプロマ・ポリシーで謳う能力の修得、本学部学科が目指す人材像の養成を確固たるものとする。
- ・ 《基幹科目》では、[経営]、[マーケティング]、[経営分析手法] の 3 つの基本分野における学びの基幹となる科目を配置する。
- ・ 《発展科目》では、[経営]、[マーケティング]、[経営分析手法] の 3 つの基本分野が含まれており、経営学及びマーケティングの発展的専門知識と、データで経営を読み解くための知識・技能の修得を目的とした科目構成とする。
- ・ 《専門演習科目》では、本学部学科で修得した経営及びマーケティングの知識やデータを活用した経営分析手法のスキルを使って、問題発見や価値を創造する体験を重ねる「ビジネス価値創造学習」、「ビジネス価値創造演習Ⅰ・Ⅱ」、「ビジネス価値創造実践Ⅰ・Ⅱ」などの PBL 型教育、アクティブ・ラーニング型の科目を必修科目として配置する。

## 教育方法

ディプロマ・ポリシーで求める知識・技能・能力を獲得し定着を促進するため、以下に基づき教育する。

- ・ 大学での学びに必要なスキルを身につけるための初年次教育を行う。
- ・ 講義科目においては、ICT 技術を活用し、双方向型の授業の推進を図るとともに授業外の学修についても適切に指導する。
- ・ 学生が主体性をもって学修するアクティブ・ラーニング型、企業や行政と連携した PBL 型教育対応の科目を複数配置する。データから価値を創造する PBL 型教育「ビジネス価値創造学習」、「ビジネス価値創造演習Ⅰ・Ⅱ」、「ビジネス価値創造実践Ⅰ・Ⅱ」は、本学部学科に所属する全学生が 1 年次から 4 年次まで履修する科目として開講する。
- ・ 1 年次と 2 年次においては、少人数で目が届く指導体制を取りかつ、複数の学部教員と深くかかわる授業機会を設ける。細やかに学生を観察することで専任教員が担当するアドバイザー教員としての責務（学修・生活の不安や疑問に対し適切な助言・指導を行う）を果たすとともに、3 年次以降のより専門的な学びの分野選択を助け、さらには雇用可能性を高めることに繋げる。
- ・ 社会やビジネスの最先端や技術に触れるため、外部講師を招聘し実社会への見聞を広める機会を設ける。

- ・ 学生・教員・事務局を繋ぐことを目的として本学が独自に開発しているポータルサイト（CCS キャンパス・コミュニケーション・サービス）を活用し、MinutesPaper やレポートの回収及び授業理解度調査などを通して学習状況や理解度を把握するとともに、学修成果のストックとしても活用する。

### 学修成果の評価

- ・ 各科目について、その内容、到達目標、成績の評価方法と基準をシラバスで公開し学生に周知した上で、公正で厳格な成績評価を行う。
- ・ 成績評価の妥当性や説明責任を十分に考慮する。
- ・ 各科目の評価は、原則として日常的な授業に対する取組及び試験などによる総合評価により行う。
- ・ 成績評価は、S（100～90点）、A（89～80点）、B（79～70点）、C（69～60点）、D（59点以下、不合格）、J（失格）、W（試験欠席）で表示する。点数による成績評価に馴染まない科目についての単位認定は、P（Passed：合格）、学部が認めた他の教育機関で修得した単位の認定はR（Recognized：認定）で評価する。
- ・ 学位授与の学修成果として、卒業論文やポートフォリオ（ディプロマ・ポリシーの達成度評価を含む）などを活用して達成度を評価する。

「知識・技能」、「思考力・判断力・表現力」、「主体性・多様性・協働性」については、「経営学部データ経営学科ディプロマ・ポリシー対応ルーブリック」を用いて学生自らがセルフチェックする学生調査の機会を学期ごとに設け、アドバイザー教員との面談を通して更なる学修成果を高める仕組みを設ける（P108を参照）。

### アドミッション・ポリシー（入学者受入方針）

データ経営学科は、企業活動における様々な取組に関心を持ち、それらについてデータ・情報を活用して産業及び企業の革新に寄与すること、広く社会の発展に貢献することを希求する学生を求め、具体的には、以下の「求める学生像」に示した者を、アドミッション・ポリシーに基づき広く受け入れる。

なお、求める学生像および、受け入れた学生をディプロマ・ポリシーで掲げる知識・技能・能力を獲得した人材に育成することを達成するために設置した主な授業科目との関連については「経営学部データ経営学科カリキュラム・マップ」で示している（P102を参照）。

### 求める学生像

- ・ 本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、社会の役に立つことを実行しようとする高い志を持つ者
- ・ 現実の経済及び企業経営の実践に対する探究心が旺盛で、進んで真理を追究する意欲と能力がある者
- ・ 情報が多様化する社会に興味を持ち、情報を収集・分析・可視化する知識やスキルを修得して、そこから産業及び企業、社会の革新に寄与する思考を身につける意欲がある者
- ・ 課題解決に向けた、必要な基礎的知識・論理的思考力・コミュニケーション能力を備える意欲がある者

### 関心・意欲・態度

- 1) 本学の建学の精神に共感し、その建学の精神に沿う豊かな人間性と誠実さを持ち、経営学や企業経営を実践することを通して、社会に貢献する高い志を持つ者。

### 知識・理解、技能

- 2) 本学部学科において、経営やマーケティング、経営分析手法等を学ぶ上で必要な、高等学校の教育課程における基礎的な学力を有する者。

## 思考力・判断力・表現力

3) ビジネスにおいて課題を解決し、価値創造に寄与するための基礎となる、多面的に考察する思考力、適切な判断力、論理的でわかりやすい表現力を有する者。

## 入学時までに身に付けるべき知識、能力等

- ・ 高等学校の教科に関する基礎的・基本的な知識・技能
- ・ 基礎的・基本的な知識・技能に基づき、自分の考えをまとめ、他者に伝えるための思考力・判断力・表現力
- ・ 教科の学習にとどまらず、学校内外の多様な学習や活動を経験することによる、主体性を持って多様な人々と協働して学ぶ態度

## 入学者選抜

データ経営学科は、大学入学時までに培われた確かな基礎学力、経営学への適性、多様な学習や活動を通じて身につけた能力や意欲・態度などを、多面的・総合的に評価することを入学者選抜の基本的な方針とする。

## カリキュラムの概要

カリキュラムは多様な授業科目によって構成されており、それらすべてを一覧できるリストを「授業科目表」（詳細は、P109-110を参照）にて示している。その構成と授業科目表は、カリキュラムの基本であるため、よく理解し、履修登録、受講そして単位修得をすること。なお必修科目は、卒業にあたって必ず単位修得しなければならない科目である（「経営学部データ経営学科必修科目一覧」P103を参照）。

データ経営学科のカリキュラムは、【NGU 教養スタンダード科目】と【専門科目】【自由選択科目≪異文化理解科目≫】に大別され、さらに【専門科目】は、≪基礎科目≫≪基幹科目≫≪発展科目≫≪専門演習科目≫の4分野で構成されている。また、オープン科目として他学部の「副専攻プログラム」を含む≪専門科目≫の一部履修を認め、幅広い専門知識の修得をめざすことができる。以下に、【専門科目】に配置するカリキュラムの概要を示す。

### 【専門科目】

≪基礎科目≫、≪基幹科目≫、≪発展科目≫および≪専門演習科目≫の4つの科目区分により、専門教育への導入を図るとともに、段階的、系統的な学修を展開できるよう体系的な教育課程を編成している。【専門科目】を計画的に履修する際の学年ごとの目標は以下のとおりである。

- ＜1 年次＞ 経営・マーケティング・経営分析手法の基礎を築く
- ＜2 年次＞ “これからの経営”の基幹となる知識・能力を修得する
- ＜3 年次＞ 経営・マーケティング・経営分析手法の高度な知識と実践的スキルを養う
- ＜4 年次＞ 卒業論文を通して学位授与にふさわしい学士力に磨きをかける

### 1) ≪基礎科目≫

≪基礎科目≫には、「経営学概論」、「データ経営入門」、「マーケティング概論」など8科目を配置し、1年次前期および後期に配当する。これら8科目は、本学部学科での学びの核となる[経営]、[マーケティング]、[経営分析手法]の3つの基本分野から、主要でかつ初歩的な導入科目として厳選したものであり、いずれの科目も必修科目とする。特に、「ビジネス価値創造概論」は、学部における専門的学修に向けた導入として、本学部学科の独自のカリキュラム構成を理解することを目的としており、学生一人ひとりが卒業後の進路や希望する業種・職種への就職を念頭に、体系的な学修を促していくための科目としている。

## 2) <<基幹科目>>

<<基幹科目>>は、<<基礎科目>>とより専門性を増す<<発展科目>>をつなぐ科目区分である。3つの基本分野の根幹となる重要な科目区分であり、基幹となる23科目を配置し、1年次後期から2年次後期に配当する。[経営]分野は「経営管理論」、「経営組織論」、「企業論」など、[マーケティング]分野は「マーケティング論Ⅰ」、「マーケティング論Ⅱ」、「マーケティング戦略演習」など、[経営分析手法]分野は、「経営のための基礎数学」、「経営のためのプログラミング」などを配置する。このうち、「経営管理論」、「経営組織論」、「マーケティング論Ⅰ」、「マーケティング論Ⅱ」の4科目は、必修科目である。

## 3) <<発展科目>>

<<発展科目>>は、3つの基本分野の専門性を深めるための科目区分として編成している。なお、これら3つの基本分野の科目区分では、それぞれのカリキュラム・ポリシーに従って、関連する学問領域から採用された科目を基礎、基幹、発展と系統的に配置し、2年次前期から3年次後期に配当する。

これら3つの基本分野の考え方および特色は次のとおりである。

### ① [経営] 分野

[経営]分野では、まずは、経営学の3本柱である、経営管理、経営組織、経営戦略を学ぶ。「経営管理論」では、経営管理の主要な理論（管理思想）について理解し、「経営組織論」では、経営組織とは何かを学び、発展科目に配置している「経営戦略論」では、経営学における中核的科目の一つである経営戦略の理論と実践について考える。特に、「経営戦略論」では、企業経営の重要な中心テーマとして捉え、経営戦略における①経営戦略の実践性を加味した理論の理解、②経営戦略の基本フレームワークの理解、③経営戦略のフレームワークを用いた分析力を修得する。また、経営学を詳しく学びたい学生、将来、中小企業診断士をめざす学生、公認会計士や税理士をめざす学生、起業家をめざす学生にも配慮した科目を配置している。

### ② [マーケティング] 分野

マーケティングとは、企業活動を顧客の側面から捉え、製品・サービスを通して価値を顧客に届けるまでの一連のプロセスを学ぶ学問である。この点を踏まえ、[マーケティング]分野では、消費者、企業、市場をより複眼的に捉えるため、企業や社会に係る経営学はもちろんのこと、<<基礎科目>>の「マーケティング概論」や<<基幹科目>>の「マーケティング論Ⅰ・Ⅱ」などを通してマーケティングの基本を理解した上で、マーケティングをより深く学修するための理論や実践的に活用できる科目を段階的、体系的に学ぶことができるよう配置している。そして、マーケティングの理論や本質を深く追及し実践で活用できる科目、視野を広げて様々な領域・分野でマーケティングを活用できる科目、あるいは企業のマーケティングに必要な情報収集能力、分析力を高め、様々な状況に応じてイノベティブに企画・立案力を遂行する能力を養う科目など、より実践的に学修できるよう構成している。また、将来、大学院でさらにマーケティングを詳しく学びたい学生、将来マーケティングとして企業で商品開発・企画で活躍したい学生、小売業のスペシャリストとして活躍したい学生にも配慮した科目を配置している。

### ③ [経営分析手法] 分野

[経営分析手法]分野では、経営学に関する基礎的な学びを基盤として、企業におけるデータに関する学びやデータ分析・判断力を修得し、多面的思考力及びイノベーションの価値創造に寄与する姿勢を身につけた人材を育成するため系統的に科目を配置している。企業におけるデータに関する学びでは、企業活動の様々なレベルにおけるデータの基礎的な知識を学び、データを活用するための基本的な処理と応用につながる知識を修得する。データ分析・判断力の育成においては、データ分析の知識と技術を学び、企業活動の特徴を理解するとともに課題を発見し、定性的および定量的な分析手法を理解できることをめざす。さらに、分析結果から主体的な思考によって判断することのできる技能を身につける。データについて分析・判断する技能を基にして、多様なデータ理解と多面的な思考および表現ができる確かな学力を身につける。企業における情報を主体的に判断することをとおして、定量的な表現による結果を経営課題に生か

したり、定性的な分析結果を独創的なイノベーションの価値創造に役立てたりすることを目標とし、協働的な学びに取り組む姿勢を身につけることができる科目構成としている。また、将来、企業においてデータ活用の企画や運用をめざす学生にも配慮した科目を配置している。

#### 4) <<専門演習科目>>

<<専門演習科目>>では、「ビジネス価値創造学習」及び「ビジネス価値創造演習Ⅰ・Ⅱ」で、専門的学修への導入とそのための土台作りをおこなう。1年次の「ビジネス価値創造学習」では、ビジネスマナーやコミュニケーションスキル、効果的なプレゼンテーションデータ作成を含むプレゼンテーションスキルを修得させる。2年次の「ビジネス価値創造演習Ⅰ」では、チームビルディングやビジネス価値創造の思考力などを学び、「ビジネス価値創造演習Ⅱ」では、基礎・基幹科目を履修し修得した知識やスキルを活用して、ビジネス価値創造のプロセスを企業等と連携したPBL型演習で体験する。3年次の「ビジネス価値創造実践Ⅰ」では、専門的学修を促進しつつ研究課題の追及を指導し、「ビジネス価値創造実践Ⅱ」で専門的学修のまとめをおこないつつ卒業論文の完成に向けた指導をおこなう。また、大学での学びの集大成として4年次の後期に卒業論文を仕上げ報告する「卒業論文」を設置し、<<専門演習科目>>のいずれの科目も必修科目としている。

#### 【自由選択科目<<異文化理解科目>>】

<<異文化理解科目>>では、異文化理解と語学力向上を目的として、「海外事情 1~4」を配置し、本学での事前事後学修および海外協定校での学修を単位認定する。

#### 履修順序指定科目

下表の科目はA→Bの順序で履修しなければならない。

A		B	
授業科目	配当年次	授業科目	配当年次
簿記 A	1	簿記 B	2
リテールマーケティング演習 A	2	リテールマーケティング演習 B	2

#### カリキュラム上の特色

データ経営学科は、時代の要請に応えた科目を配置している。これら科目の履修により、商学やマネジメントの分野だけではなく、経営に関するデータを分析する手法を系統的に学び、合理的な意思決定や新たな価値の創造に資する知識・技能・能力を養うことができる。このような知識・技能・能力を備えた人材は、広い業種や職種から強く求められており、社会の要請に応じた人材を養成し輩出することができるという点が本学部学科のカリキュラム上の大きな特色である。

また、PBLの体制が整備され、充実していることも本学部学科のカリキュラム上の大きな特色である。

#### 学びの特色

- ・ 経営者・ビジネスリーダーをめざすために必要な知識を学ぶことができる。
- ・ 起業に必要な知識を体系的に学び起業家マインドを育成する。
- ・ 日本の経済を支えている中小企業の役割を学ぶことができる。
- ・ 会計知識をベースとした企業分析の手法を学び体験することができる。
- ・ マーケティングの専門的知識を学び企業家やマーケティングの経験に触れることができる。
- ・ 企業が持つ情報をどのように活用し合理的な意思決定に生かすことができるのかなどを、実際の企業データを活用して体験的に学ぶことができる。
- ・ 理解度に合わせ数学や統計学に関する知識を、学び直しも含め、段階的に高めることができる。

(以下、カリキュラム・ポリシーの教育方法に示した特色を再掲)

- 大学での学びに必要となるスキルを身につけるための初年次教育を行う。
- 講義科目においては、ICT 技術を活用し、双方向型の授業の推進を図るとともに授業外の学修についても適切に指導する。
- 学生が主体性をもって学修するアクティブ・ラーニング型、企業や行政と連携した PBL 型教育対応の科目を複数おく。データから価値を創造する PBL 型教育「ビジネス価値創造学習」、「ビジネス価値創造演習Ⅰ・Ⅱ」、「ビジネス価値創造実践Ⅰ・Ⅱ」は、本学部学科に所属する全学生が 1 年次から 4 年次まで履修する科目として開講する。
- 1 年次と 2 年次においては、少人数で目が届く指導体制を取りかつ、複数の学部教員と深くかかわる授業機会を設ける。細やかに学生を観察することで専任教員が担当する。
- アドバイザー教員としての責務を果たすとともに、3 年次以降のより専門的な学びの分野選択を助け、さらには雇用可能性を高めることにつなげる。
- 社会やビジネスの最先端や技術に触れるため、外部講師を招聘し実社会への見聞を広める機会を設ける。
- CCS を活用し、MinutesPaper やレポートの回収および授業理解度調査などをおして学習状況や理解度を把握するとともに、学修成果のストックとしても活用する。

### PBL 型教育関連科目の体系と特色

データ経営学科は、実社会で正解のない問題に対して知識を組み合わせることで解決へと導く能力を養うことを目的に、実社会で即戦力として活躍できる人材を育成するために有効とされる教育手法である PBL 型教育を取り入れている。

#### • 主な PBL 型教育カリキュラム

1 年	「ビジネス価値創造学習」	ビジネスマナーやコミュニケーションスキル、効果的なプレゼンテーションデータ作成を含むプレゼンテーションスキルを修得する。
2 年	「ビジネス価値創造演習Ⅰ」	チームビルディングやビジネス価値創造の思考力などを学修する。
	「ビジネス価値創造演習Ⅱ」	《基礎科目》、《基幹科目》で修得した知識やスキルの活用により、ビジネス価値創造のプロセスを企業や行政と連携した PBL 型教育で実践体験する。
3 年	「ビジネス価値創造実践Ⅰ」	「ビジネス価値創造演習Ⅰ・Ⅱ」の発展科目で、自らが選択したゼミナール担当教員の指導を受けながら専門分野に対する知識を深め、ゼミナールの仲間とともにビジネス価値創造に生かす実践的なプロジェクトやそのための研究に取り組む。
4 年	「ビジネス価値創造実践Ⅱ」	「ビジネス価値創造実践Ⅰ」での学びや研究、実践的活動の成果をもとに、データ処理や活動の整理をすることで卒業論文に向けた研究テーマの決定や卒業論文の仕上げにつなげる。

この PBL 型教育では、企業からの事例報告などを受け、学生自身が問題を発見し、その解決策を提案する「問題発見解決型」や、企業が設定した課題に取り組む「企業提案課題解決型」を実施し、これらにより、実践的に必要とされるスキルやノウハウを身につけ、実社会で即戦力として活躍できる人材に成長することをめざす。

## 資格単位認定

学生が主体的に学ぶ意欲を評価することを目的として、学部が指定する資格を取得し、定められた基準を満たした場合、本人の申請にもとづき、所定の単位を認定（「R」認定）する。

### 1. 対象となる資格など

認定する資格・検定名	認定基準	認定される授業科目	認定される最大単位数
日本商工会議所簿記検定試験	2級	簿記A・簿記B	4単位
	1級	簿記A・簿記B・工業簿記	6単位
全国経理教育協会簿記能力検定試験	1級（全科目）	簿記A・簿記B	4単位
	上級	簿記A・簿記B・工業簿記	6単位

### 2. 申請期間

春学期は6月、秋学期は12月に申請期間を設ける。各年度の詳しい申請期間はCCSより案内する。

入学前に取得した資格などは、申請をできない。また、申請月以前3年以内に取得したものに限り。

### 3. 申請期間の特例

最終学年の学生（卒業予定者）に限り、「2. 申請期間」以外に教務課よりCCSにて周知される特定の期間において追加受理する。

### 4. 認定

学部において承認された場合、単位を認定する。

### 5. 成績評語など

単位認定の成績評語は「R」（認定）とする。ただし、認定された科目はGPA算出の対象外となる。

### 6. 補足事項

認定単位数は、履修制限単位数には含まない。なお、各種資格の申請は各1回のみとする。

## 演習科目

### 1) 演習科目とは

演習科目は少人数のゼミナール形式の科目のことである。経営学部データ経営には、【NGU教養スタンダード科目】に該当する1年次の「基礎セミナー」の他、【専門科目】に該当する1年次の「ビジネス価値創造学習」、2年次の「ビジネス価値創造演習Ⅰ」「ビジネス価値創造演習Ⅱ」「論文作成指導」、3年次の「ビジネス価値創造実践Ⅰ」、4年次の「ビジネス価値創造実践Ⅱ」「卒業論文」、以上8科目を演習科目に配置している。

なお、上記8科目のうち「ビジネス価値創造実践Ⅰ」「ビジネス価値創造実践Ⅱ」および「卒業論文」の3科目は「経営学部専門演習」科目と呼び、詳細を「経営学部専門演習内規」に定めている（P216を参照）。

それぞれの学びのステージにおいて、指導教員のもと自らの関心を広げ、課題を発見し、研究や討論を通じて問題解決しながら、自己能力の向上に努めること。

### 2) 基礎セミナー

1年次配当の「基礎セミナー」は、導入・基礎教育となる必修科目であり、大学で学ぶ基本的な能力を修得する準備を目的とする科目である。

「基礎セミナー」では、

- 大学での学修が、高等学校までとどのように違うのか、体験をとおり、実感として理解する。
- 大学生活における自己管理方法および、アカデミックスキルを身につける。
- 本学の歴史および建学の精神を理解し、大学への帰属意識をもつ。

という共通の目標を掲げ、具体的に以下のような指導がおこなわれる。

- a. 大学での学び方
- b. 文献資料の調査・検索のしかた
- c. レジюме・レポートの作成のしかた
- d. 報告・発表やディスカッションの工夫

### 3) ビジネス価値創造関連科目

ビジネス価値創造関連科目のうち演習科目に該当する科目は、「カリキュラム上の特色」において PBL 型教育関連科目の体系と特色で示している 5 科目を配置している。各科目の詳細は、P95 の主な PBL 型教育カリキュラムを参照。

なお、2 年次までの配当科目は大学より指定されるクラスにて履修し、3 年次以降の配当科目は、別に定める「経営学部専門演習内規」に則り履修する（P216 を参照）。

### 4) 論文作成指導

PBL 型教育を通じた学修成果、授業での取組を振り返り、卒業年度においてそれらのアプローチや考察を一般に伝える卒業論文作成に向け、各自で執筆することができるよう本科目を配置している。

複数と協働して実践した試みや表現方法について、より客観的な形として提示することができるよう、文献や先行事例の調査、感想や所感と意見や主張との違い、論文としての構成のしかたや表現方法について学ぶ演習科目である。

### 5) 卒業論文

本学部学科での 4 年間の学びの集大成となる卒業論文の作成に関する指導を受けたうえで作成・提出された卒業論文を担当教員が評価し、その研究成果に対して単位を付与する。

### 6) 経営学部専門演習

「経営学部専門演習」は、指導教員の指導のもと、人的交流を通じて研究を進めていくことを目的とした科目である。履修にあたっては、授業科目表の配当年次に従って履修しなければならない。また、「ビジネス価値創造演習Ⅱ」の研究成果を成果報告書として提出し、「ビジネス価値創造実践Ⅰ」の開始時に「ビジネス価値創造演習Ⅱ」を修得していない場合は、履修することができない。

「経営学部専門演習」における所属先は、所定の期間に学生が希望する所属先に事前登録をおこない、教員による選考を経て、所定の授業科目履修登録により決定する。事前登録前に開催される「経営学部専門演習履修ガイダンス」に参加して、登録期間や手続きなどの詳細を把握すること。なお、「ビジネス価値創造実践Ⅱ」および「卒業論文」は、「ビジネス価値創造実践Ⅰ」からの所属を継続する。経営学部専門演習に関する詳細は、「経営学部専門演習内規」P216 を参照。

4 年次配当の「卒業論文」は「ビジネス価値創造実践Ⅰ」「ビジネス価値創造実践Ⅱ」と同一教員によるゼミに所属することになるが所定の期間中に履修登録を完了する必要がある。

## 履修モデル

データ経営学科は、養成する人材像に基づき、本学部学科の基礎・基幹となる【専門科目】の《基礎科目》および《基幹科目》のうち 12 科目（24 単位）と、《専門演習科目》7 科目 18 単位、合計 19 科目 42 単位を必修科目とすることで、養成する人物像の根幹を全学部生が身につけることができる。

これを基盤として、より高度な【専門科目】を履修する際の参考となる履修モデルの一例を以下に示す。

#### 1) 履修モデル **経営・ビジネスリーダー育成志向**

現在、企業そのものが大規模となり、その経営方法も複雑化しており、多くの業務をこなすことができる有能な人材がますます必要とされている。経営管理の職能を遂行することに関する専門知識と企業の社会的責任を自覚し、知識、技能、経験、判断力、統率力、行動力を兼ね備えた経営の専門家、常にビジネスの課題を発見しその解決策を模索しビジネスの最前線で活躍するリーダーの育成をめざす履修モデルである（履修モデル「経営・ビジネスリーダー育成志向」P104 を参照）。

#### 2) 履修モデル **経営コンサルタント育成志向**

企業に対して、経営戦略、組織・人事戦略、マーケティング、業務改善などを提案し、その実現へ向けてのアドバイスや支援をするための専門知識と実務能力を学ぶ。そこで学んだ専門知識や実務能力を利用しながら、経営上の様々な問題を収集したデータを分析し、課題を明らかにするとともに、解決策が提案できる人材の育成をめざす履修モデルである（履修モデル「経営コンサルタント育成志向」P105 を参照）。

#### 3) 履修モデル **事業・商品企画開発担当者育成志向**

製品やサービスの価値は企業が決定するのではなく顧客が決めることを出発点として、マーケティングに必要な消費者、企業、市場を複眼的に捉える能力を育成するためのベーシックとなる履修モデルを設定している。企業を取り巻く社会・経済、消費者が大きく変化している中で、理論や演習科目を通してマーケティングの本質を理解することにより、ビジネスの現場で役立つ課題解決能力や提案力をもった人材の育成をめざす履修モデルである（履修モデル「事業・商品企画開発担当者育成志向」P106 を参照）。

#### 4) 履修モデル **データ活用リーダー育成志向**

企業経営と企業における情報の仕組みを理解し、デジタル社会の変化に対応した情報収集やデータ分析方法を修得することにより、将来、ビジネスにおいてデータを活用した新しい企画立案力や分析能力を持つことを目指す。企業活動における様々なレベルでの意思決定に必要となる情報の利活用について理解し、企業マネジメント全般で活躍する人材の育成をめざす履修モデルである（履修モデル「データ活用リーダー育成志向」P107 を参照）。

## 卒業要件

データ経営学科の卒業要件は、124 単位とする。このうち、NGU 教養スタンダード科目から必修 14 単位を含む 34 単位以上、専門科目（基礎科目、基幹科目、発展科目、専門演習科目）のうち、必修 42 単位を含む 80 単位以上（ただし、基幹科目は必修 8 単位を含む 18 単位以上、発展科目は経営、マーケティング、経営分析手法の各分野からそれぞれ 4 単位計 12 単位を含む 18 単位以上を修得すること）、自由選択（自由選択科目、NGU 教養スタンダード科目および専門科目のうち、上記卒業要件単位数を超えるもの）10 単位以上を修得することとする。また、本学は、愛知県下の国公立大学で形成する「愛知学長懇話会」の会員校であり、会員校同士の単位互換事業を実施している。この、単位互換事業で修得した単位数および他学部の副専攻を履修し修得した単位数は、自由選択科目として算入することができる。

### 卒業要件単位数

科目区分や分野ごとの卒業要件単位数を満たし、卒業に必要な単位数（124 単位）以上を修得しなければ卒業することができない。経営学部データ経営学科の授業科目表と照らしてよく確認し、4 年間の履修計画をしっかりと立てること。

NGU教養 スタンダード 科目	キリスト教		34単位以上 (必修14単位を含む)		
	自己理解と自己開発				
	数理・データサイエンス・AI教育				
	言語とコミュニケーション				
	歴史・文化の理解				
	社会の理解				
	自然・人間・生命の理解				
	地域の理解				
専門科目	基礎科目		16単位	80単位以上 (必修42単位 を含む)	
	基幹科目		18単位以上 (必修8単位 を含む)		
	発展科目	経営	4単位以上		18単位以上
		マーケティング	4単位以上		
		経営分析手法	4単位以上		
専門演習科目		18単位			
自由選択科目	異文化理解科目 〔フリーゾーン〕科目区分を問わず、自由に選択できる。		10単位以上		
合計			124単位以上		

ディプロマ・ポリシー達成に向けた経営学部データ経営学科専門科目対応表

①	建学の精神を実践し、社会が求める幅広い視野と教養を身につけ、社会やビジネスを取り巻く環境を理解し、自分事として捉える資質・能力を身につけている。
②	経営学、マーケティングなど経営に関する基礎的・専門的知識や理論を理解し身につけている。
③	経営に必要なデータを収集・分析・可視化する基礎的知識及び技能や能力を身につけている。
④	新たなビジネスの価値創造に寄与するために、修得した知識・技能を基に論理的に思考し、ビジネス上の問題・課題を発見することで、経営戦略の構築や意思決定に役立てることができる能力を身につけている。
⑤	適切なツテで伝えることができるコミュニケーション能力とプレゼンテーション能力を身につけている。
⑥	主体的に問題・課題解決に向け取り組むことができる態度、および多様な人々と協働することができる能力を身につけている。

科目名	知識・技能			思考力 判断力 实践能力		主体性 多様性 協働性
	DP①	DP②	DP③	DP④	DP⑤	DP⑥
	該当科目数→ 該当単位数→					
<b>基礎科目</b>						
	ビジネス価値創造概論	○	○	○	○	○
	経営学概論	○	○	○	○	○
	データ経営入門	○	○	○	○	○
	マーケティング概論	○	○	○	○	○
	流通概論	○	○	○	○	○
	経済学・経済政策	○	○	○	○	○
	簿記・会計学概論	○	○	○	○	○
	情報倫理	○	○	○	○	○
	(9科目)	5	7	6	8	1
	(18単位)	10	14	12	16	2
<b>専門科目</b>						
基礎科目	経営管理論	○	○	○	○	○
	経営組織論	○	○	○	○	○
基礎科目	企業論	○	○	○	○	○
	金融基礎論	○	○	○	○	○
基礎科目	経営法務	○	○	○	○	○
	簿記A	○	○	○	○	○
基礎科目	簿記B	○	○	○	○	○
	消費者行動論	○	○	○	○	○
基礎科目	イノベーション・マネジメント	○	○	○	○	○
	ブランドマネジメント	○	○	○	○	○
基礎科目	マーケティング論Ⅰ	○	○	○	○	○
	マーケティング論Ⅱ	○	○	○	○	○
基礎科目	マーケティング戦略演習	○	○	○	○	○
	プロダクトプランニング	○	○	○	○	○
基礎科目	マーケティングリサーチ	○	○	○	○	○
	ロジスティクス	○	○	○	○	○
基礎科目	流通システム論	○	○	○	○	○
	リテールマーケティング	○	○	○	○	○
基礎科目	eビジネス概論	○	○	○	○	○
	eコマース概論	○	○	○	○	○
基礎科目	情報社会論	○	○	○	○	○
	経営のための基礎数学	○	○	○	○	○
基礎科目	経営のためのプログラミング	○	○	○	○	○
	(30科目)	2	20	20	20	4
	(60単位)	4	40	40	40	8
<b>専門科目</b>						
発展科目	経営史	○	○	○	○	○
	経営戦略論	○	○	○	○	○
発展科目	生産管理論	○	○	○	○	○
	中小企業論	○	○	○	○	○
発展科目	リーダーシップ論	○	○	○	○	○
	意思決定論	○	○	○	○	○
発展科目	サービスマネジメント	○	○	○	○	○
	国際経営	○	○	○	○	○
発展科目	アントレプレナーシップ	○	○	○	○	○
	スタートアップ実践	○	○	○	○	○
発展科目	工業簿記	○	○	○	○	○
	管理会計論	○	○	○	○	○
発展科目	財務諸表論	○	○	○	○	○
	財務諸表分析	○	○	○	○	○
発展科目	コンピュータ会計	○	○	○	○	○
	サプライチェーンマネジメント	○	○	○	○	○
発展科目	コンテンツビジネス論	○	○	○	○	○
	課題解決演習	○	○	○	○	○
発展科目	マーケティング思考論	○	○	○	○	○
	ソーシャルマーケティング	○	○	○	○	○
発展科目	国際マーケティング	○	○	○	○	○
	リレーションシップマーケティング	○	○	○	○	○
発展科目	プロダクトディベロップメント	○	○	○	○	○
	マーケティングコミュニケーション	○	○	○	○	○
発展科目	デジタルプロダクトプランニング	○	○	○	○	○
	インターネットマーケティング	○	○	○	○	○
発展科目	マーチャライジング論	○	○	○	○	○
	マーケティングインテリジェンス	○	○	○	○	○
発展科目	データドリブンマーケティング	○	○	○	○	○
	プロモーション演習	○	○	○	○	○
発展科目	リテールマーケティング演習A	○	○	○	○	○
	リテールマーケティング演習B	○	○	○	○	○
発展科目	経営データマイニング	○	○	○	○	○
	人事データ分析	○	○	○	○	○
発展科目	企業・会計データ分析	○	○	○	○	○
	経営統計学入門	○	○	○	○	○
発展科目	経営統計学	○	○	○	○	○
	経営データ分析基礎	○	○	○	○	○
発展科目	経営データ分析	○	○	○	○	○
	経営分析手法	○	○	○	○	○
発展科目	意思決定分析	○	○	○	○	○
	経営オペレーションズリサーチ	○	○	○	○	○
	(49科目)	5	39	31	35	21
	(96単位)	10	78	62	70	42
<b>専門演習科目</b>						
専門演習科目	ビジネス価値創造学	○	○	○	○	○
	ビジネス価値創造演習Ⅰ	○	○	○	○	○
専門演習科目	ビジネス価値創造演習Ⅱ	○	○	○	○	○
	ビジネス価値創造実践Ⅰ	○	○	○	○	○
専門演習科目	ビジネス価値創造実践Ⅱ	○	○	○	○	○
	論文作成指導	○	○	○	○	○
専門演習科目	卒業論文	○	○	○	○	○
	(7科目)	7	5	7	6	7
	(18単位)	14	10	14	14	12
<b>自由選択科目</b>						
自由選択科目	海外事情1	○	○	○	○	○
	海外事情2	○	○	○	○	○
自由選択科目	海外事情3	○	○	○	○	○
	海外事情4	○	○	○	○	○
	(4科目)	4	0	0	0	4
	(8単位)	8	0	0	0	8

経営学部データ経営学科カリキュラム・マップ

履修する人対象	キャリア・ポリシー	これら能力を修得するために設置する主な履修科目				求める学生像
		科目区分	1年次	2年次	4年次	
<p>① 経営の専門性を養い、社会が求める幅広い視野と教養を身につけ、社会で活躍し、自分らしく生きる準備・能力を身につけている。</p> <p>② 経営学・マーケティングなどの知識を体系的に身につけている。</p> <p>③ 経営学・マーケティングなどの知識を、専門的知識や実践を通して身につけている。</p> <p>④ コミュニケーション能力を高め、分析・判断力や問題解決能力を身につけている。</p> <p>⑤ 幅広い分野や職種で活躍できることを目指し、自己成長を促している。</p> <p>⑥ 主体的に課題・問題解決に向けた取り組みができる。自ら積極的に行動し、自己成長を促している。</p>	<p>キャリア・ポリシー</p> <p>キャリア・ポリシーに基づき、幅広い視野と教養を身につけ、社会で活躍し、自分らしく生きる準備・能力を身につけている。</p> <p>① 経営学・マーケティングなどの知識を体系的に身につけている。</p> <p>② 経営学・マーケティングなどの知識を、専門的知識や実践を通して身につけている。</p> <p>③ コミュニケーション能力を高め、分析・判断力や問題解決能力を身につけている。</p> <p>④ コミュニケーション能力を高め、分析・判断力や問題解決能力を身につけている。</p> <p>⑤ 幅広い分野や職種で活躍できることを目指し、自己成長を促している。</p> <p>⑥ 主体的に課題・問題解決に向けた取り組みができる。自ら積極的に行動し、自己成長を促している。</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>・本学の経営の専門性に精通し、幅広い視野と教養を身につけ、社会で活躍し、自分らしく生きる準備・能力を身につけている。</p> <p>・国際・英語・情報・データ・マーケティングなどの知識を体系的に身につけている。</p> <p>・知識・技能・態度・キャリア・コンピテンシーを身につけている。</p> <p>・問題の経済的及び倫理的な観点から、幅広い視野と教養を身につけている。</p> <p>・情報技術に関する知識を身につけている。</p> <p>・問題解決に向けた、必要に応じて、自己成長を促している。</p>	
		<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>・本学の経営の専門性に精通し、幅広い視野と教養を身につけ、社会で活躍し、自分らしく生きる準備・能力を身につけている。</p> <p>・国際・英語・情報・データ・マーケティングなどの知識を体系的に身につけている。</p> <p>・知識・技能・態度・キャリア・コンピテンシーを身につけている。</p> <p>・問題の経済的及び倫理的な観点から、幅広い視野と教養を身につけている。</p> <p>・情報技術に関する知識を身につけている。</p> <p>・問題解決に向けた、必要に応じて、自己成長を促している。</p>
		<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>・本学の経営の専門性に精通し、幅広い視野と教養を身につけ、社会で活躍し、自分らしく生きる準備・能力を身につけている。</p> <p>・国際・英語・情報・データ・マーケティングなどの知識を体系的に身につけている。</p> <p>・知識・技能・態度・キャリア・コンピテンシーを身につけている。</p> <p>・問題の経済的及び倫理的な観点から、幅広い視野と教養を身につけている。</p> <p>・情報技術に関する知識を身につけている。</p> <p>・問題解決に向けた、必要に応じて、自己成長を促している。</p>
		<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>・本学の経営の専門性に精通し、幅広い視野と教養を身につけ、社会で活躍し、自分らしく生きる準備・能力を身につけている。</p> <p>・国際・英語・情報・データ・マーケティングなどの知識を体系的に身につけている。</p> <p>・知識・技能・態度・キャリア・コンピテンシーを身につけている。</p> <p>・問題の経済的及び倫理的な観点から、幅広い視野と教養を身につけている。</p> <p>・情報技術に関する知識を身につけている。</p> <p>・問題解決に向けた、必要に応じて、自己成長を促している。</p>
		<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>・本学の経営の専門性に精通し、幅広い視野と教養を身につけ、社会で活躍し、自分らしく生きる準備・能力を身につけている。</p> <p>・国際・英語・情報・データ・マーケティングなどの知識を体系的に身につけている。</p> <p>・知識・技能・態度・キャリア・コンピテンシーを身につけている。</p> <p>・問題の経済的及び倫理的な観点から、幅広い視野と教養を身につけている。</p> <p>・情報技術に関する知識を身につけている。</p> <p>・問題解決に向けた、必要に応じて、自己成長を促している。</p>
		<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>【必修科目】</p> <p>＜基礎科目＞</p> <p>＜教養科目＞</p> <p>＜専攻科目＞</p>	<p>・本学の経営の専門性に精通し、幅広い視野と教養を身につけ、社会で活躍し、自分らしく生きる準備・能力を身につけている。</p> <p>・国際・英語・情報・データ・マーケティングなどの知識を体系的に身につけている。</p> <p>・知識・技能・態度・キャリア・コンピテンシーを身につけている。</p> <p>・問題の経済的及び倫理的な観点から、幅広い視野と教養を身につけている。</p> <p>・情報技術に関する知識を身につけている。</p> <p>・問題解決に向けた、必要に応じて、自己成長を促している。</p>

経営学部データ経営学科必修科目一覧

必修科目区分	分野	1年次	2年次	3年次	4年次
経営学部 データ経営学科 専門科目 (42単位)	ビジネス価値創造	ビジネス価値創造概論 ビジネス価値創造概論学習	ビジネス価値創造演習Ⅰ ビジネス価値創造演習Ⅱ 論文作成指導	ビジネス価値創造実践Ⅰ	ビジネス価値創造実践Ⅱ 卒業論文
	経営	経営学概論 経済学・経済政策 簿記・会計学概論	経営管理論 経営組織論		
	マーケティング	マーケティング概論 流通概論	マーケティング論Ⅰ マーケティング論Ⅱ		
	経営分析手法	データ経営入門 情報倫理			
全学共通 NGI教養 スタンダード 科目 (14単位)	キリスト教	キリスト教概説1 キリスト教概説2			
	自己理解と自己開発	基礎セミナー			
	数理・AI・データサイエンス教育	情報処理リテラシー			
	言語とコミュニケーション	日本語表現 基礎英語1 基礎英語2 英会話1 英会話2			

経営学部データ経営学科の教育課程の履修モデル【経営・ビジネスリーダー育成志向】

科目群	分野	区分	必修/選択	単位数	1年次		2年次		3年次		4年次	
					前期	後期	前期	後期	前期	後期	前期	後期
経営学部 データ経営学科 専門科目	ビジネス価値創造	基礎	必修	2	ビジネス価値創造概論	ビジネス価値創造学習	ビジネス価値創造演習Ⅰ	ビジネス価値創造演習Ⅱ 論文作成指導	ビジネス価値創造実戦Ⅰ④	ビジネス価値創造実戦Ⅱ④		
		専門	必修	18		経営学概論 簿記・会計学概論	経営学・経済政策	経営管理論			卒業論文	
	経営	基礎	必修	6			企業論 簿記A	経営組織論				
		専門	選択	4			経営基礎論 経営分析 簿記B	サービスマネジメント	経営史 中小企業論 アントレプレナーシップ 国際経営 コンピュータ会計	経営戦略論 リーダーシップ論 意思決定論 スタートアップ実戦		
	マーケティング	基礎	選択	20								
		専門	必修	4		流通概論	マーケティング概論					
		専門	必修	4				マーケティングⅠ	マーケティングⅡ			
		専門	選択	4				消費者行動論	イノベーション・マネジメント			
	経営分析手法	基礎	選択	4		データ経営入門	情報論理					
		専門	必修	4				経営統計学入門 経営データ分析基礎	人事データ分析 経営分析手法	意思決定分析		
全学共通 教養スタンダード科目	自由選択	基礎	必修	14	キリスト教概説 基礎英語①② 自然地理・デラシー 日本語概論 基礎英語①② 英語①②③④⑤ 英会話①②	キリスト教概説② 基礎英語②③ 英語②③④⑤ 英会話③④						
		専門	選択	20	キャリアデザインⅠ 【教養】文化・哲学	発展キャリア キャリアデザインⅡ キャリアデザインⅢ キャリア・インテグレーション 【教養】哲学	キャリアデザインⅠ 【教養】統計学	キャリアデザインⅡ 【教養】心理学				
単位数 教養計	自由選択	基礎	必修	42	10	8	6	8	4 (前期、後期で2単位ずつ)	4 (前期、後期で2単位ずつ)	2	
		専門	選択	38単位 以上※1	0	4	8	2	0	0	0	
		基礎	必修	14	10	4	0	6	14	10	0	
		専門	必修	20	4	4	0	0	0	0	0	
		自由選択	選択	10※2	4	8	4	4	4	0	0	
合計※3		CAP (履修単位数)		124	24	24	22	20	16	2	4	
					24	24	24	24	24	24	24	

※1 基礎科目は10単位以上、発展科目は経営、マーケティング、経営分析手法の各分野からそれぞれ4単位計12単位を含む18単位以上

※2 自由選択科目、NGU教養スタンダード科目及び専門科目の内、卒業単位数を記入するもの

※3 科目名の後ろに、①が併せてあるものは単位、④は選択科目で単位、その他は半期別科目で単位

※4 科目名の後ろに、①が併せてあるものは単位、④は選択科目で単位、その他は半期別科目で単位

※5 自由選択は、自由選択科目、NGU教養スタンダード科目及び専門科目のうち卒業要件単位数を記入するもの

経営学部データ経営学科の教育課程の履修モデル【経営コンサルタント育成志向】

科目群	分野	区分	必修/選択	単位数	1年次		2年次		3年次		4年次	
					前期	後期	前期	後期	前期	後期	前期	後期
経営学部データ経営学科 専門科目	ビジネス価値創造	基礎	必修	2	ビジネス価値創造概論							
		演習	必修	18	ビジネス価値創造学習	ビジネス価値創造演習Ⅰ	ビジネス価値創造演習Ⅱ 論文作成指導			ビジネス価値創造実践Ⅰ④	ビジネス価値創造実践Ⅱ④	
	経営	基礎	必修	6	経営学概論 簿記・会計学概論	経営学・経済政策						
		基礎	必修	4	企業論 簿記A		経営組織論					卒業論文
		専門	選択	10	経営学概論 簿記・会計学概論	企業論 簿記A	経営管理論 経営学基礎 経営学概論 簿記A					
	マーケティング	発展	選択	22	マーケティング入門		工業簿記 コンテナビジネス論 課題解決演習	サービスマネジメント 管理会計論	中小企業論 財務諸表論 コンピュータ会計	経営戦略論 意思決定論 生産管理論 財務諸表分析		
		基礎	必修	4	流通概論	マーケティング概論						
		基礎	必修	4			マーケティング論Ⅰ	マーケティング論Ⅱ				
		専門	選択	4				流通システム論				
	経営分析手法	発展	選択	4	データ経営入門				マーケティング思考論			
基礎		必修	4									
専門		選択	0									
発展		選択	10			経営データ分析基礎	経営データ分析	人事データ分析 経営分析手法	企業・会計データ分析			
全専共通 NGU 教養スタンダード科目	自由選択	必修	14	キリスト教概説Ⅰ 基礎ゼミナー 情報処理リテラシー 日本語基礎 基礎英語① 英語① 英会話①	キリスト教概説Ⅱ 基礎英語②③ 英会話②④							
		選択	20	キャリアデザインⅡa 【教養】文化人類学	発展ゼミナー キャリアデザインⅡb データサイエンスリテラシー 【教養】哲学	キャリアデザインⅡa 【教養】統計学	キャリアデザインⅡb 【教養】心理学					
単位数 累計	自由選択	必修	42	10	8	6	8	4 (前期、後期で単位ずつ採分)	4 (前期、後期で単位ずつ採分)	4 (前期、後期で単位ずつ採分)	2	
		選択	38単位 以上※1	0	4	6	2	0	0	0	0	
		必修	14	0	8	8	10	10	10	10	0	
		選択	20	10	4	0	0	0	0	0	0	
		自由選択	10※2	4	8	4	4	4	0	0	0	
CAP (履修単位数)				24	24	24	24	12	24	24	24	

※1 選択科目は10単位以上、卒業科目は経営、マーケティング、経営分析手法の各分野からそれぞれ4単位計12単位を含む18単位以上  
 ※2 自由選択科目、NGU教養スタンダード科目及び専門科目の他、卒業単位数を超過するもの  
 ※3 専門科目、NGU教養スタンダード科目から、卒業要件を超過する単位数を( )内に表示する  
 ※4 科目名の後ろに、①が付いているものは1単位、④は過半数科目で4単位、その他は半期科目で2単位  
 ※5 自由選択は、自由選択科目、NGU教養スタンダード科目及び専門科目のうち卒業要件単位数を超過するもの

経営学部データ経営学科の教育課程の履修モデル【事業・商品企画開発担当若者育成志向】

科目群	分野	区分	必修/選択	単位数	1年次		2年次		3年次		4年次		
					前期	後期	前期	後期	前期	後期	前期	後期	
経営学部 専門科目 履修モデル	ビジネス価値創造	基礎	必修	2	ビジネス価値創造I	ビジネス価値創造II	ビジネス価値創造I	ビジネス価値創造II	ビジネス価値創造I	ビジネス価値創造II	ビジネス価値創造I	ビジネス価値創造II	
		専門	必修	18	経営学概論 簿記・会計学概論	経営学・経済政策	経営管理論	経営組織論	イノベーションマネジメント	サブライチエーションマネジメント 中小企業論	マーケティング論I	マーケティング論II	マーケティング論III
	経営	基礎	必修	6	経営学概論 簿記・会計学概論	経営学・経済政策	経営管理論	経営組織論	イノベーションマネジメント	サブライチエーションマネジメント 中小企業論	マーケティング論I	マーケティング論II	マーケティング論III
		専門	必修	4	経営学概論 簿記・会計学概論	経営学・経済政策	経営管理論	経営組織論	イノベーションマネジメント	サブライチエーションマネジメント 中小企業論	マーケティング論I	マーケティング論II	マーケティング論III
	マーケティング	基礎	必修	6	マーケティング概論	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングIV	マーケティングV
		専門	必修	4	マーケティング概論	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングIV	マーケティングV
	マーケティング	基礎	必修	4	マーケティング概論	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングIV	マーケティングV
		専門	必修	4	マーケティング概論	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングIV	マーケティングV
	マーケティング	基礎	必修	12	マーケティング概論	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングIV	マーケティングV
		専門	必修	18	マーケティング概論	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングI	マーケティングII	マーケティングIII	マーケティングIV	マーケティングV
	経営分析手法	基礎	必修	4	データ経営入門	情報倫理	情報社会論	経営統計学	情報社会論	経営統計学	経営統計学	経営統計学	経営統計学
		専門	必修	4	データ経営入門	情報倫理	情報社会論	経営統計学	情報社会論	経営統計学	経営統計学	経営統計学	経営統計学
全学共通 NGU 教養スタンダード科目	必修	必修	14	キリスト教概論I 基礎英語① 情報処理リテラシー 日本語基礎 基礎英語①② 英会話①②	キリスト教概論2 基礎英語③④ 英会話③④	キリスト教概論2 基礎英語③④ 英会話③④	キリスト教概論2 基礎英語③④ 英会話③④	キリスト教概論2 基礎英語③④ 英会話③④	キリスト教概論2 基礎英語③④ 英会話③④	キリスト教概論2 基礎英語③④ 英会話③④	キリスト教概論2 基礎英語③④ 英会話③④	キリスト教概論2 基礎英語③④ 英会話③④	
	選択	選択	18	キャリアデザインla 【教養】社会学	キャリアデザインlb 【教養】法学 【教養】統計学 【教養】心理学 【教養】文化人類学	キャリアデザイン2a キャリアデザイン2b	キャリアデザイン2a キャリアデザイン2b	キャリアデザイン2a キャリアデザイン2b	キャリアデザイン2a キャリアデザイン2b	キャリアデザイン2a キャリアデザイン2b	キャリアデザイン2a キャリアデザイン2b	キャリアデザイン2a キャリアデザイン2b	
自由選択	必修	必修	42	10	8	6	8	6	8	6	8	6	
	選択	必修	38単位 以上※3	0	2	10	8	10	8	10	8	10	
単位 数 集 計	専門科目	必修	14	0	4	4	0	4	0	4	0	4	
		選択	20	10	4	4	10	4	10	4	10	4	
自由選択	必修	10※2	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	
	選択	124	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	
CAP(履修単位上限)				24		24		24		24		24	
単位数集計		42		38単位以上※3		14		10		10		10	
自由選択		10※2		24		24		24		24		24	
CAP(履修単位上限)				24		24		24		24		24	

※1 基幹科目は10単位以上、経営分析手法の各分野からそれぞれ4単位計12単位を各18単位以上  
 ※2 自由選択科目、NGU教養スタンダード科目及び専門科目の内、卒業単位数を超えるもの  
 ※3 科目名の後ろに、①が付してあるものは1単位、④は通年科目で4単位、その他は半期科目で2単位  
 自由選択は、自由選択科目、NGU教養スタンダード科目及び専門科目のうち卒業要件単位数を超えるもの

経営学部データ経営学科の教育課程の履修モデル【データ活用リーダー育成志向】

科目群	分野	区分	1年次		2年次		3年次		4年次	
			前期	後期	前期	後期	前期	後期	前期	後期
経営学部 専門科目 経営学科	ビジネス価値創造	基礎	ビジネス価値創造概論							
		専門	ビジネス価値創造学部	ビジネス価値創造演習 I	ビジネス価値創造演習 II	ビジネス価値創造実践 I (4)	ビジネス価値創造実践 II (4)			
	経営	基礎	経営学概論 簿記・会計学概論	経営学・経済政策		経営概論				
		専門				経営概論				
		基礎								
		専門								
	マーケティング	基礎	流通概論	マーケティング概論						
		専門								
		基礎								
		専門								
経営分析手法	基礎	データ経営入門	情報倫理							
	専門									
	基礎									
	専門									
経営分析手法	基礎	ビジネス概論 経営のための基礎概論	ビジネス概論 経営のための基礎概論							
	専門									
	基礎									
	専門									
経営分析手法	基礎	キャリアデザイン I 情報英語 I スポーツ初級 <sup>a</sup>	キャリアデザイン I 情報英語 I 【教養】社会学 【教養】心理学 【教養】心理学 スポーツ初級 <sup>b</sup>							
	専門									
	基礎									
	専門									
自由選択	基礎									
	専門									
	基礎									
	専門									
単位数集計	専門科目	必修	10	8	6	8	4 (前期、後期で2単位ずつ)	4 (前期、後期で2単位ずつ)	2	
		選択	0	4	6	2	0	0		
	NCI 数量スタングター	必修	0	0	8	8	10	0	0	
		選択	10	4	0	0	0	0	0	
自由選択	必修	4	8	4	4	0	0	0		
	選択	24	24	24	24	12	12	2	4	
CAP (履修単位上限)			24	24	24	24	24	24	24	

※1 専修科目は10単位以上、経営分析手法の各分科からそれぞれ4単位計12単位を含む18単位以上

※2 自由選択科目、NCI 数量スタングター科目及び専門科目の内、卒業要件単位取得できるもの

※3 科目名の後ろに①が付しているものは単位、②は選択科目で単位、その他は必修科目で単位

自由選択は、自由選択科目、NCI 数量スタングター科目及び専門科目のうち卒業要件単位取得できるもの

経営学部データ経営学科ディプロマ・ポリシー対応ルーブリック

	DP	評価の観点	S	A	B	C
知識・技能	①	知識 関心 問題意識	建学の精神の意識を強く抱くことと、それを実践する。また、社会環境・ビジネス環境の諸問題に対して関心と問題意識を持っている。さらに、諸問題に自身の専門分野のみならず、学際的観点から探求する意識がある。	建学の精神の意識を抱き、実践しようとする意識がある。また、社会環境・ビジネス環境の諸問題に対して関心と問題意識を持っている。さらに、諸問題に自身の専門分野を中心に探求する意識がある。	建学の精神に関心を持っている。また、社会環境・ビジネス環境の諸問題に関心と問題意識を持っている。	建学の精神についての理解や社会・ビジネスについての知識・理解が不十分である。そのため、社会環境・ビジネス環境の諸問題に関心を身につけられない。
	②	知識	経営学、マーケティングを深く学ぶことで高度な知識と理論を身に付けている。また、それを実践で柔軟に活用・応用することができる。	経営学、マーケティングを学ぶことで必要な知識と理論を身に付けている。また、それを実践でどのようか活用することができる。	経営学、マーケティングを学ぶことで必要な知識と理論を身に付けている。	経営学、マーケティングの知識や理論の修得が不十分であるため、知識を活用することができない。
	③	知識・技能	データの収集、加工、分析、可視化の手法の理解とそれに関わる知識と技術を身に付けている。また、修得した知識や技術を実際の企業経営で活用することができる。	データの収集、加工、分析、可視化の手法の理解とそれに関わる知識と技術を身に付けている。また、修得した知識や技術を実際の企業経営で活用しようと思えることができる。	データの収集、加工、分析、可視化の手法の理解とそれに関わる知識と技術を身に付けている。	データの収集、加工、分析、可視化の手法の理解とそれに関わる知識と技術の習得が不十分である。そのため、理論とデータの融合による問題・課題解決につなげることができない。
思考力・判断力・表現力	④	思考力 判断力	実際の企業経営において問題・課題を見出し、その解決に向けた具体的な思考や提案ができる。ビジネスの価値創造能力を身に付けている。	実際の企業経営において、問題・課題を見出し、その解決に向けた思考や提案を行うことができる。また、修得した知識や技術を身に付けている。	必要かつ正確なデータや情報を収集し、進めるべき企業経営や課題解決策について、基本的な意思決定を行うことができる。	必要かつ正確なデータや情報を収集し、進めるべき企業経営や課題解決策について必要性を認識し、考えることができる。
	⑤	表現力	他者の意見を聞きながらも、自らの課題解決に向けた提案、取り組みおよび成果について論理的に説明することができる。また、さらなる探求に向けた議論を展開することができる。	他者の意見を聞きながらも、自らの課題解決に向けた提案、取り組みおよび成果について論理的に説明することができる。	他者の意見を聞きながらも、自らの課題解決に向けた提案、取り組みおよび成果について基本的な説明ができる。	自らの課題解決に向けた提案、取り組みおよび成果について説明することが難しい。また、他者と意見交換ができない。
	⑥	主体性 多様性 協働性	主体的に問題・課題解決に向け取り組むことができる態度、および多様な人々と協働することができる。	実際の企業経営における問題・課題の解決に向けて自ら行動することができる。	実際の企業経営における問題・課題の解決について自ら考えることができる。	実際の企業経営における問題・課題に対する関心がないため、主体的に行動することができない。

データ経営学科 NGU教養スタンダード科目

授業科目名	単位数		配当年次	ナンバリング
	必修	選択		
<b>キリスト教</b>				
キリスト教概説1	2		1	AC1101
キリスト教概説2	2		1	AC1102
聖書学		2	2	AC2301
キリスト教倫理		2	2	AC2302
キリスト教史		2	1	AC1301
<b>自己理解と自己開発</b>				
基礎セミナー	2		1	AU1101
発展セミナー		2	1	AU1301
キャリアデザイン1a		2	1	AU1302
キャリアデザイン1b		2	1	AU1303
キャリアデザイン2a		2	2	AU2301
キャリアデザイン2b		2	2	AU2302
ボランティア学		2	1	AU1304
ボランティア演習		2	1	AU1305
インターンシップ1		2	1	AU1306
インターンシップ2		2	1	AU1307
<b>数理・データサイエンス・AI教育</b>				
情報処理リテラシー	2		1	AI1101
データサイエンスリテラシー		2	1	AI1301
<b>言語とコミュニケーション</b>				
日本語表現	2		1	AV1101
実用日本語表現法		2	1	AV1301
アカデミック日本語表現法		2	2	AV2301
基礎英語1	1		1	AV1102
基礎英語2	1		1	AV1103
英会話1	1		1	AV1104
英会話2	1		1	AV1105
実用英語1		1	2	AV2302
実用英語2		1	2	AV2303
情報英語1		1	2	AV2304
情報英語2		1	2	AV2305
TOEIC英語1		1	2	AV2306
TOEIC英語2		1	2	AV2307
ドイツ語1		1	2	AV2308
ドイツ語2		1	2	AV2309
フランス語1		1	2	AV2310
フランス語2		1	2	AV2311
スペイン語1		1	2	AV2312
スペイン語2		1	2	AV2313
中国語1		1	2	AV2314
中国語2		1	2	AV2315
韓国語1		1	2	AV2316
韓国語2		1	2	AV2317
<b>歴史・文化の理解</b>				
【教養】日本史		2	1	AW1301
【教養】世界史		2	1	AW1302
【教養】日本文学		2	1	AW1303
【教養】外国文化論		2	1	AW1304
【教養】文化人類学		2	1	AW1305
【教養】陶芸論		2	1	AW1306
【教養】陶芸演習		2	1	AW1307

授業科目名	単位数		配当年次	ナンバリング
	必修	選択		
<b>社会の理解</b>				
【教養】政治学		2	1	AO1301
【教養】国際政治学		2	1	AO1302
【教養】国際関係論		2	1	AO1303
【教養】平和学		2	1	AO1304
【教養】法学		2	1	AO1305
【教養】日本国憲法		2	1	AO1306
【教養】経済学		2	1	AO1307
【教養】統計学		2	1	AO1308
【教養】社会学		2	1	AO1309
【教養】教育学		2	1	AO1310
<b>自然・人間・生命の理解</b>				
【教養】哲学		2	1	AN1301
【教養】心理学		2	1	AN1302
【教養】数学		2	1	AN1303
【教養】物理学		2	1	AN1304
【教養】化学		2	1	AN1305
【教養】地学		2	1	AN1306
【教養】生物学		2	1	AN1307
【教養】環境学		2	1	AN1308
【教養】スポーツ健康科学		2	1	AN1309
【教養】スポーツ初級a		1	1	AN1310
【教養】スポーツ初級b		1	1	AN1311
【教養】スポーツ中級a		1	2	AN2301
【教養】スポーツ中級b		1	2	AN2302
<b>地域の理解</b>				
まちづくり学		2	1	AR1301
まちづくり演習		2	1	AR1302
上級まちづくり演習		2	2	AR2301

データ経営学科 専門科目

	授業科目名	単位数		配当年次	ナンバリング	
		必修	選択			
基礎科目	ビジネス価値創造概論	2		1	BT1101	
	経営学概論	2		1	BT1102	
	データ経営入門	2		1	BT1103	
	マーケティング概論	2		1	BT1104	
	流通概論	2		1	BT1105	
	経済学・経済政策	2		1	BT1106	
	簿記・会計学概論	2		1	BT1107	
	情報倫理	2		1	BT1108	
	専門科目	基礎科目	経営管理論	2	2	BT2101
			経営組織論	2	2	BT2102
企業論				2	1	BT1301
金融基礎論				2	2	BT2301
経営法務				2	2	BT2302
簿記A				2	1	BT1302
簿記B				2	2	BT2303
消費者行動論				2	2	BT2304
イノベーション・マネジメント				2	2	BT2305
ブランドマネジメント				2	2	BT2306
基礎科目		マーケティング論Ⅰ	2		2	BT2103
		マーケティング論Ⅱ	2		2	BT2104
		マーケティング戦略演習		2	2	BT2307
		プロダクトプランニング		2	2	BT2308
		マーケティングリサーチ		2	2	BT2309
		ロジスティクス		2	2	BT2310
		流通システム論		2	2	BT2311
		リテールマーケティング		2	2	BT2312
		eビジネス概論		2	1	BT1303
		eコマース概論		2	2	BT2313
発展科目	情報社会論		2	2	BT2314	
	経営のための基礎数学		2	1	BT1304	
	経営のためのプログラミング		2	2	BT2315	
	経営					
	経営史		2	3	BT3301	
	経営戦略論		2	3	BT3302	
	生産管理論		2	3	BT3303	
	中小企業論		2	3	BT3304	
	リーダーシップ論		2	3	BT3305	
	意思決定論		2	3	BT3306	
サービスマネジメント		2	2	BT2316		
国際経営		2	3	BT3307		
アントレプレナーシップ		2	3	BT3308		
スタートアップ実践		2	3	BT3309		
工業簿記		2	2	BT2317		
管理会計論		2	2	BT2318		
財務諸表論		2	3	BT3310		
財務諸表分析		2	3	BT3311		
コンピュータ会計		2	3	BT3312		
サプライチェーンマネジメント		2	3	BT3313		
コンテンツビジネス論		2	2	BT2319		
課題解決演習		2	2	BT2320		

	授業科目名	単位数		配当年次	ナンバリング		
		必修	選択				
専門科目	マーケティング						
	マーケティング思考論		2	2	BT2321		
	ソーシャルマーケティング		2	2	BT2322		
	国際マーケティング		2	2	BT2323		
	リレーションシップマーケティング		2	3	BT3314		
	プロダクトディベロップメント		2	3	BT3315		
	マーケティングコミュニケーション		2	3	BT3316		
	デジタルプロダクトプランニング		2	3	BT3317		
	インターネットマーケティング		2	3	BT3318		
	マーチャンダイジング論		2	3	BT3319		
	マーケティングインテリジェンス		2	3	BT3320		
	データドリブンマーケティング		2	3	BT3321		
	プロモーション演習		2	2	BT2324		
	リテールマーケティング演習A		2	2	BT2325		
	リテールマーケティング演習B		2	2	BT2326		
	経営分析手法						
	経営データマイニング		2	3	BT3322		
	人事データ分析		2	3	BT3323		
	企業・会計データ分析		2	3	BT3324		
	経営統計学入門		2	2	BT2327		
経営統計学		2	2	BT2328			
経営データ分析基礎		2	2	BT2329			
経営データ分析		2	2	BT2330			
経営分析手法		2	3	BT3325			
意思決定分析		2	3	BT3326			
経営オペレーションズリサーチ		2	3	BT3327			
専門演習科目	ビジネス価値創造学習	2		1	BT1109		
	ビジネス価値創造演習Ⅰ	2		2	BT2105		
	ビジネス価値創造演習Ⅱ	2		2	BT2106		
	ビジネス価値創造実践Ⅰ	4		3	BT3101		
	ビジネス価値創造実践Ⅱ	4		4	BT4101		
	論文作成指導	2		2	BT2107		
	卒業論文	2		4	BT4102		
	自由選択科目	異文化理解科目	海外事情1		2	1	BT1305
			海外事情2		2	1	BT1306
			海外事情3		2	1	BT1307
海外事情4				2	1	BT1308	