

科目分類	専門科目 経営	対象学年	2・3・4
授業科目	現代企業論	学期	後期集中
担当教員	生田泰亮	選択／必修	選択
科目コード	H037170	授業形態	単位数
			2

授業の概要	<p>我々の日常生活は、多くの面で企業に影響を受け、依存しています。ですから、現代社会を生きていくならば、企業という存在を理解することが重要となってきます。企業と一口に言っても、その規模、構造、機能、事業活動は、実に複雑で多様です。本講義では、企業と社会を理解する基本的枠組みとして、株式会社を中心に論じていきます。前半は、会社の法律や仕組みについて、後半は企業の事業戦略と企業統治を論じます。実際の企業の事例を交えながら講義し、受講生の皆さんと議論していきます。</p> <p><b>【到達目標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビ、新聞、雑誌、インターネット等で得られる企業に関する情報をもとに、企業の様々な活動を理解し、その動向を読み取る力を養う。</li> <li>・実際に働く、経営する上での基礎知識や要点を学ぶ。</li> </ul>
-------	---

授業の内容	<p>第1回 イントロダクション：講義内容と進め方について</p> <p>第2回 現代社会と企業：われわれの生活と企業</p> <p>第3回 企業とは何か？：様々な企業観と企業の種類</p> <p>第4回 企業の種類と法制度：企業の種類と関連する法制度について学ぶ</p> <p>第5回 株式会社とは何か？：株式会社制度の基礎</p> <p>第6回 株式会社は誰のものか？：株主所有と会社支配の問題</p> <p>第7回 株式会社はどのように動いているのか？：株主総会、取締役会等の経営構造</p> <p>第8回 「お金」で見る株式会社：財務諸表の読み方</p> <p>第9回 日本的経営：企業集団、系列化を中心として</p> <p>第10回 企業はなぜ手を組むのか？：企業間関係と戦略的提携</p> <p>第11回 ケーススタディ(1) 事業戦略：近年の動向と課題</p> <p>第12回 ケーススタディ(2) 事業戦略：近年の動向と課題</p> <p>第13回 企業経営と危機管理：リスクの観点から経営環境を考える</p> <p>第14回 企業を統治するとはどういうことか？：その意義と仕組み</p> <p>第15回 予備日</p>
-------	--

テキスト	<p>三戸浩，池内秀己，勝部伸夫(2015)『ひとりて学べる経営学(補訂版)』[文眞堂]。</p> <p>塩次喜代明，高橋伸夫，小林敏男(2009)『経営管理(新版)』[有斐閣]。</p> <p>他、毎回資料を配布する予定。</p>
------	--

参考文献	
------	--

評価方法	<p>課題レポート(40%)と理解度テスト(40%) (ともに複数回)</p> <p>出席および講義への積極的参加(20%)</p>
------	--

その他	<p>予習として、事前にテキストを熟読しておくこと。</p> <p>復習として、課題レポートや理解度テストを実施します。</p> <p>講義をきっかけに企業や社会を理解する、考える習慣を身につけてください。</p> <p>※1</p> <p>※2</p>
-----	---

科目分類	専門科目 経営	対象学年	2・3・4
授業科目	企業会計	学期	後期集中
担当教員	非常勤講師 永井 康	選択／必修	選択
科目コード	H037050	授業形態	単位数
		講義	2

授業の概要	<p>会計の重要性は、企業経営にとどまらず、近年では国や地方自治体などの公的部門においても、行政のアカウントビリティ(説明責任)の向上やディスクロージャー(現状、活動内容、活動成果などに関する情報の開示)の充実を図る目的で、企業会計の考え方が導入されており、財政運営の健全化のために会計情報を作成する動きが加速しています。このような現状からも、卒業後どのような職業に就いても、会計の基本的知識は語学・ITとならび重要なコミュニケーション・ツールとして必要不可欠なものになってきているといえます。会計学には、簿記、財務会計、原価計算、管理会計、経営分析、会計監査、国際会計、税務会計、公会計、NPO会計など多岐にわたる内容を含んだ領域があります。</p> <p>この授業では、会計制度や会計機能に関する歴史的な発展の推移を念頭におきながら、主に現代企業会計の全体的な構造と問題点を考察していきますが、会計学の諸領域にも広く目を向け、それらに関する基礎知識についても概説していきます。</p> <p>*会計学を初めて学ぶには、まず簿記から始めることが通常ですが、この授業では簿記の説明は最小限にとどめていくため、受講にあたり簿記の知識は必要ありません。</p> <p>この授業を履修後に基盤科目「会計学」を履修されると、「会計」についてより効率的に学習できます。</p> <p><b>【到達目標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・わが国の企業会計の全体的な構造を自己の言葉で説明できる。</li> <li>・会計学の諸領域に関する基礎知識を自己の言葉で説明できる。</li> </ul>
-------	---

授業の内容	<p>第1回 ガイダンス(「企業会計」の学習の仕方)、会計とはなにか (Key Word) 会計情報のディスクロージャー、アカウントビリティ</p> <p>第2回 歴史からみる会計学・簿記 (Key Word) 複式簿記</p> <p>第3回 基本的会計情報① (Key Word) 財産法と財産計算、損益法と損益計算</p> <p>第4回 基本的会計情報② (Key Word) 貸借対照表</p> <p>第5回 基本的会計情報③ (Key Word) 損益計算書、キャッシュ・フロー計算書</p> <p>第6回 制度会計 (Key Word) 金融商品取引法会計、会社法会計、税法会計、トライアングル体制</p> <p>第7回 決算書の情報を分析する (Key Word) 財務諸表、経営分析</p> <p>第8回 決算書の情報を分析する(演習) (Key Word) EDINET(Electronic Disclosure for Investors' NETwork)</p> <p>第9回 税の基礎知識 (Key Word) 税務(税法)会計、租税法律主義、確定決算主義、「ふるさと納税」</p> <p>第10回 監査の基礎知識 (Key Word) 会計監査、監査人(公認会計士・監査法人)、監査人の独立性</p> <p>第11回 会計に関連する職業・資格試験 (Key Word) 会計プロフェッション、公認会計士、税理士、日商簿記検定</p> <p>第12回 事例紹介①(マルチメディア)</p> <p>第13回 事例紹介②(マルチメディア)</p> <p>第14回 グループワーク①</p> <p>第15回 グループワーク②</p> <p>**以上の授業計画については、若干の変更・修正の可能性があります。</p>
-------	---

テキスト	教科書は、特に指定しません。レジュメ、関係資料等を集中講義初日に配布します。
参考文献	伊藤邦雄(2014)『新・現代会計入門』中央経済社。 _____(2016)「新・現代会計入門 第2版」 桜井久勝(2014)『財務会計講義(第15版)』中央経済社。 _____(2015)「会計学入門<第4版>」 千代田邦夫(2014)『新版 会計学入門(第3版)』中央経済社。 _____(2016)「新版 会計学入門(第4版)」 山浦久司(2015)「監査論テキスト(第6版)」中央経済社。 **メディアセンターの蔵書、資料、新聞、学術誌等を有効活用してください。
評価方法	【単位修得要件】 集中講義であり、原則として100%の出席を成績評価の対象とします。 【成績評価基準】 集中講義最終日のプレゼンテーション(グループワークによる)と、平常点(授業中の数回のミニレポート等)により総合的に評価を行います。 (成績評価の配点方法:プレゼンテーション40%, 平常点60%)
その他	※1 ※2

科目分類	専門科目 経営	対象学年	2・3・4
授業科目	経営科学	学期	前期授業
担当教員	非常勤講師 高岡義幸	選択/必修	選択
科目コード	H037080	授業形態	講義
		単位数	2

授業の概要	【授業の基本構成】 この授業の内容は下記の三つの部分で構成されています。 ①大量生産を確実にするための経営の科学化(1～3回) ②近代科学の誕生とその方法(4～8回): 卒論作成にも役に立ちます。 ③経営科学の目的と方法、および問題演習(9～15回) 【到達目標】 ①まず、科学的方法の特徴をしっかりと学び、その上で経営を科学化することの有効性と限界を体系的に理解し、身につけること。 ②社会に出て実践的政策立案と実行を担うとき、あなた達が理系出身の人間をも恐れずに指示が出せるように、科学的方法と政策の関係を体系的に身につけること。 ③これまでの認識の枠を打破して、より広い学問的認識を身につけること。
-------	--

授業の内容	1)オリエンテーション: 文系大学における経営科学の学び方 2)初期の経営の科学化 3)大規模生産を実現するための科学的方法 4)科学の誕生前史: 人間はどのように真実を追究してきたか 5)近代科学の誕生とヨーロッパの発想 6)科学的方法の基本 7)科学の適用領域の拡大: 自然科学から社会科学へ 8)科学的方法の有効性と限界 9)経営問題はどこまで科学化できるか 10)経営において最適判断をするための経営科学 11)経営科学の基本的方法としてのORの解説 12)線形計画法: 利益の最大化、コストの最小化 13)日程計画法: 課題を最短時間で行う方法 14)最適在庫の考え方: 在庫はカネが働いていない状態だから、できるだけ少なく 15)利益や採算の正しい把握: 10兆円売れてもなぜ赤字になることがあるのか
-------	--

テキスト	指定しません。
参考文献	岡田好史他著、「わかりやすい経営工学」、理工図書、2009年
評価方法	小テスト(授業のポイント確認と受講生からの質問): 50% 期末テスト: 50%

その他	日本の文系学部や学科では、科学や学問の方法をあまり教えないようです。 この科目はこれらについて体系的に学ぶ機会にもなるでしょう。学生時代に、頭がくらくらする経験をぜひしておいて下さい。ゼミ感覚で質疑応答できるようにしたいと思います。 ※1 ※2
-----	---

科目分類	専門科目	対象学年	2・3・4
授業科目	組織行動論	学期	前期集中
担当教員	生田泰亮	選択／必修	選択
科目コード	H037190	授業形態	単位数
			2

**授業の概要**

本講義では、組織について様々な視点から学びます。社会は大小様々な組織によって成り立っています。われわれは組織なくして生活することができません。社会生活を営む上で「組織とは何か」を問い、「組織における人間行動」を理解することは重要です。また、他の経営学関連の科目ならびに社会学を学ぶ上で大変有意義なものとなるはずで。

**【到達目標】**  
組織を経営する、管理するために必要な基礎知識を身につける。  
様々な組織観、組織の概念を学ぶことで、分析力、思考力、行動力を養う。

**授業の内容**

第1回 イントロダクション: 講義内容、講義の進め方について  
 第2回 機械(ハコや組織図)としての組織(その1)テイラーの科学的管理法  
 第3回 機械(ハコや組織図)としての組織(その2)ウェーバーの官僚制組織論  
 第4回 有機体としての組織(1): ファョールの管理過程論、管理原則論  
 第5回 インフォーマルなネットワークとしての組織: 人間関係論  
 第6回 有機体としての組織(2): パーナード理論: 協働システムと公式組織、非公式組織の概念  
 第7回 情報処理システムとしての組織: H.A.サイモンの意思決定論  
 第8回 政治システムとしての組織: P. セルズニックの制度論、リーダーシップとステーツマンシップ  
 第9回 資源の束としての組織: 経営資源と組織間関係論  
 第10回 価値や意味の体系としての組織: シャインの組織文化、ワイクの組織化  
 第11回 モティベーションとインセンティブ: 組織の動力源  
 第12回 権限・権力・権威: 言う事をきく、きかせる原理  
 第13回 組織構造と組織設計: 組織設計の基本原則:  
 第14回 グループ・ダイナミクス: 集団の機能と逆機能  
 第15回 組織とリーダーシップ

**テキスト**

毎回、レジュメを配布(参考資料は適宜配布)。

**参考文献**

三戸浩, 池内秀己, 勝部伸夫(2015)『ひとりて学べる経営学(補訂版)』[文眞堂]。  
 塩次喜代明, 高橋伸夫, 小林敏男(2009)『経営管理(新版)』[有斐閣]。  
 金井壽宏(1999)『経営組織—経営学入門シリーズ』[日経文庫]。

**評価方法**

課題レポート(40%)と理解度テスト(40%)(ともに複数回)  
 出席および講義への積極的参加(20%)

**その他**

概念、理論をもとに日常生活で「組織」を考える努力を。  
 ※1  
 ※2

科目分類	専門科目	対象学年	2・3・4
授業科目	マーケティング論	学期	前期授業
担当教員	田中恭子	選択／必修	
科目コード	H037110	授業形態	講義
		単位数	2

**授業の概要**

マーケティング論の基礎知識の習得を通じて、企業の市場戦略活動全般を理解することを目的とします。同時に現代企業の多様な製品市場行動を読み取り、理論的に自ら考えるスキルを身につけてもらいます。講義では製品市場や顧客ニーズなどマーケティングでの基礎知識および概念を解説するとともに、現代における多様なマーケティング活動を取り上げながら進めていきます。

第1部ではマーケティング戦略と戦略計画を、第2部ではマーケティング戦略のために必要な環境分析を、第3部で消費者行動分析について学習します。第4部では近年実施されている企業のマーケティング行動について学びます。島根の企業を事例としたマーケティング活動についても考えていきます。

**【到達目標】**  
 ・マーケティング論の基礎的な知識・概念を自己の言葉で説明できる。  
 ・マーケティングに関する問題を論理的に思考・表現することができる。

**授業の内容**

第1回 <イントロダクション>  
 講義の進め方と成績評価: 成績評価、講義計画、マーケティングの基礎知識  
 第2回 企業とマーケティング: マーケティングの定義とコンセプト  
 第3回 <第1部 マーケティング戦略と戦略計画>  
 市場細分化と標的市場の設定: セグメンテーションの基準と条件  
 第4回 マーケティング・ミックスの対応①: 製品対応  
 第5回 マーケティング・ミックスの対応②: 価格対応  
 第6回 マーケティング・ミックスの対応③: 販売促進対応  
 第7回 マーケティング・ミックスの対応④: 流通対応  
 第8回 レポート課題: CMの訴求点と効果  
 第9回 <第2部 マーケティング環境分析>  
 マーケティング環境分析①: 市場調査の意義と市場分析  
 第10回 マーケティング環境分析②-1: 競争分析、競争者の分析  
 第11回 マーケティング環境分析②-2: 流通構造の分析  
 第12回 第12回<第3部 消費者行動分析>  
 消費者行動分析: 消費者行動分析の意義、個別消費者の理解、消費者のインタラクション、ポストモダン分析  
 第13回 <第4部 現代のマーケティング活動>  
 市場との対話: サービス・マーケティング、ソーシャル・マーケティング、関係性マーケティング  
 第14回 予備日  
 第15回 予備日

**テキスト**

和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦『マーケティング戦略』有斐閣、2000年。

**参考文献**

沼上幹『わかりやすいマーケティング』有斐閣、2000年。  
 広田章光・石井淳蔵『1からのマーケティング』碩学社、2004年。

**評価方法**

学期末試験(80%)、レポート(20%)で評価します。  
 ※レポート提出は単位認定の条件です。  
 ※出席が2/3に満たない受講者には受験資格が生じません。

**その他**

※1

科目分類	専門科目 経営	対象学年	2・3・4
授業科目	中小企業論	学期	前期授業
担当教員	久保田 典男	選択／必修	選択
科目コード	H037120	授業形態	講義
		単位数	2

その他	※1 ※2
-----	----------

授業の概要	<p>日本では、全企業の99%を中小企業が占め、全従業員の約70%が中小企業に勤務するなど、中小企業はわが国経済の活力の源泉であり、地域経済を支える大きな存在である。</p> <p>また、新たな産業や商品・サービスの創出など、経済活性化の原動力として中小企業には大きな期待が寄せられている。</p> <p>本講義では中小企業が経済や社会の中で果たしている役割を示すとともに、これまでの中小企業論研究を踏まえ、今日の中小企業を取り巻く経済・社会状況、直面する課題や課題への対応策をデータや企業事例を取り上げつつ示していく。</p> <p>講義においては、島根県の中小企業も事例に取り上げ、島根県の抱える地域課題や島根県における中小企業の取組みなどについても理解を深める。</p> <p><b>【到達目標】</b> 日本経済における中小企業の果たす役割を自己の言葉で説明できる。 日本の中小企業が抱えている課題を自己の言葉で説明できる。</p>
-------	--

授業の内容	<p>※授業の進行状況によっては、上記授業計画に変更が生じることがある。変更の際は随時授業で説明する。</p> <p>第1回 インTRODクシヨン 授業の進め方／「中小企業論」をなぜ学ぶのか 成績評価、講義計画、「中小企業論」の学習の仕方</p> <p>第2回 中小企業の定義、地位と役割</p> <p>第3回 経済発展と中小企業</p> <p>第4回 経済構造の変化と中小企業</p> <p>第5回 中小企業政策の展開</p> <p>第6回 中小企業と金融</p> <p>第7回 下請システムと中小企業</p> <p>第8回 産業集積と中小企業</p> <p>第9回 グローバル化と中小企業</p> <p>第10回 中小企業の多様な事業展開(仮)(ゲストレクチャー)</p> <p>第11回 中小企業の事業承継</p> <p>第12回 ものづくり中小企業の技能承継</p> <p>第13回 ネットワークと中小企業</p> <p>第14回 地域経済と中小企業</p> <p>第15回 中小企業論総括</p>
-------	---

テキスト	<p>特に指定しない。適宜、資料を配布する。</p> <p>※講義は授業計画に沿って進めるが、詳細な内容については初回のガイダンスや各回の講義で具体的に説明する。</p>
------	---

参考文献	<p>植田浩史・桑原武志・本多哲夫・義永忠一『中小企業・ベンチャー企業論』有斐閣、2006年</p> <p>高田亮爾・上野紘・村社隆・前田啓一編著『現代中小企業論』同友館、2009年</p> <p>渡辺幸男・小川正博・黒瀬直宏・向山雅夫『21世紀中小企業論』有斐閣アルマ、2001年</p>
------	---

評価方法	<p>出席状況20%、レポート(1回を予定)40%、期末テスト40%によって総合的に評価する。また、授業中の積極的な参加の度合いも評価に加味する。</p>
------	---

科目分類	専門科目	対象学年	2・3・4
授業科目	地域観光資源論	学期	後期授業
担当教員	林 秀司	選択／必修	選択必修
科目コード	H037130	授業形態	講義
		単位数	2

費用は、原則として、受講者の自己負担となる。

※1

※2

授業の概要	<p>近年、多くの地域が地域振興のために観光振興に取り組んでいる。観光振興には、自然、歴史、文化、産業などの地域資源を生かしていくことが必要になってくる。この授業では、そうした地域の観光資源についての理解を深め、その保全や活用のあり方について考察していく。観光振興には経済的効果が期待されていることは言うまでもないが、一方で、まちづくりとも密接に関係している。この授業では、この点を重視し、景観まちづくりや持続的な観光のあり方にも言及していく。</p> <p>また、受講生には、地域観光の実態や観光まちづくりの状況を理解してもらうために、まちあるき観光やグリーン・ツーリズムの取組に参加してもらいたい(レポートの提出を求める)。</p> <p>なお、素材として島根県の地域課題をとり入れ、授業内容は随時改良を加えていく。</p> <p><b>【到達目標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光に関する基礎的な知識を身につけ、それを自分のことばで説明できる。</li> <li>・地域の観光素材を探索し、評価することができる。</li> <li>・地域資源の保全と観光への活用について、分析的に思考し、表現することができる。</li> </ul>
-------	--

授業の内容	<p>第1回 旅の歴史 旅の歴史について概観する。</p> <p>第2回 観光の概念 観光とそれに関連する基本的な概念について整理を行い、観光の意義を考察する。</p> <p>第3回 観光の現状 近年の観光の動向の特徴を把握する。</p> <p>第4回 ささまざまな観光資源 観光資源の種類と分類、評価などについて論じる。</p> <p>第5回 観光資源の保全と活用 温泉、海洋、山岳、社寺、伝統的町並み、伝統文化、産業など、いくつかの観光資源の種類ごとに、その分布、保全や活用の現状と課題などについて考察する。</p> <p>第6回 同上</p> <p>第7回 同上</p> <p>第8回 同上</p> <p>第9回 同上</p> <p>第10回 同上</p> <p>第11回 観光と地域づくり 地域資源をいかしたまちづくりのあり方を、都市観光、グリーン・ツーリズム、エコツーリズム、エコミュージアム、オンパクなどの観点から考察する。</p> <p>第12回 同上</p> <p>第13回 同上</p> <p>第14回 同上</p> <p>第15回 まとめ——持続可能な観光にむけて</p>
-------	--

テキスト	配布資料(A3判)を用いて授業を行う。
------	---------------------

参考文献	随時紹介する。
------	---------

評価方法	成績評価は、レポート(中間と学期末の2回を想定、75%)、出席状況と平素の学習状況(それを測るために小テストを行うことがある、25%)を用いて行う。
------	--

その他	授業の一環として、まちあるき観光やグリーン・ツーリズムの取組に参加してもらうことがある。その場合の参加
-----	---