

主要科目の目標、特長

(経営学研究科 経営学専攻/ビジネス・マネジメントコース)

授業科目の名称	目 標	特 長
経営学研究	<p>きわめて現実的な要請から生れてきた経営学について、現実との接点に目を向けながら、ほぼ 100 年余の歴史の中でどのような理論が構築されてきたかを概観し、なお現実の問いかける問題についてメスを加える理解を深める努力をしたい。さらに現実の企業経営に生起する問題に関心を向ける。</p>	<p>参加者の経験を重視しながら、なるべく討議を中心にした講義にしていきたい。基礎的な知識の確認を含めて、理論を中心をおいて進める。</p>
マーケティング研究	<p>環境変化の激しい市場において、常に売上を伸ばしている企業があるのはなぜだろうか。その秘密をとくカギは、その企業が展開しているマーケティングにある。すなわち、マーケティングとは、マーケティング・リサーチ等により多様化している消費者の欲求を的確に把握し、その情報を製品・サービス・アイデアに盛り込み、消費者に購入しやすい価格を設定し、消費者の購入しやすい店舗や方法で販売し、消費者に企業の販売している製品・サービス・アイデアを十分知ってもらうために、企業が展開しているものである。講義では、コトラーのテキストを中心にマーケティング全般の知識の修得に努める。</p>	<p>テキストの各章を事前に割り当て、レジュメに基づき報告後、討議を行うことによりマーケティングの理解を深める。</p>
経営者研究	<p>経営にとってもっとも重要なものは人材であり、とくに経営者のあり方によって、成功も失敗もきまることが多い。日本では「企業は人なり」ともいわれている。この授業では経営者のリーダーシップ、革新と企業家的な活動や理念・思想を、それぞれの会社の経営と特徴とに結びつけて、検討していく。最初に経営者の諸タイプおよび各国の経営者の特徴について考察し、経営者の機能を定義する。特に、起業家的な機能と全般管理的機能、そして職能別機能を分けて議論する。つぎに、日本とアメリカを中心に、19世紀後半から現代までの代表的経営者を取り上げ、その意思決定と行動について考察する。経営者研究は、経営者の足跡を辿りながら、その社会的役割と貢献の考察を介して経営学研究の意義を理解することになる。</p>	<p>基本的には教員と学生との双方向の意見交換を行う形式で進める。歴史上の卓越した経営者と現代の経営者の相違や学生による理想的な経営者像について発表してもらい討議を行う。標準的な機能を有する経営者は、経営者研究の対象に成り難い。優れた経営者は、ある特定の環境下において才能を発揮できる。それゆえ、経営者研究に正解はない。経営を多角的に考える力を養いたい。</p>
人的資源管理研究	<p>知的資本経営が求められる今日においては、その根幹とも言うべき人材マネジメントの良否が企業経営の成否を左右すると言っても決して過言ではない。こうした人材マネジメントの理論的基盤となっているのがヒューマンリソースマネジメント (HRM) で、これまでは人事管理や労務管理と呼ばれていた。HRM は、心理的要素を有した人材を扱うため、行動科学や組織行動論などの多くの隣接科学との接点をもっている。従って、本講義も狭く経営学に拘泥することなく、幅広い学際的な見地から講義を展開したいと考えている。人的資源管理研究 I (基礎) では、主に理論的変遷や HRM の制度内容および組織行動の基礎を中心に理解する。</p>	<p>講義は人的資源管理 (HRM) と組織行動の体系的理解に重点をおくとともに、最新の理論やモデルの紹介も合わせて行っていく。また、単に講義に終始することなく、具体的な事例やケースなども交えて行っていきたいと考えている。</p>
経営財務研究	<p>企業の経営活動は、常に投資活動を伴う。継続的な事業でも、その維持には再投資が欠かせない。事業を成長させるには、外部資金調達もしくは内部留保による資金拠出が必要になる。新規事業では、将来のリターンとリスクを評価し、これに適した資金調達方法を探索して投資を実施する。それゆえ、事業活動は、資本の調達と運用を伴う投資活動という視点で捉えることができ、その経済合理性が求められる。経営財務研究は、経済学における資本利子論と金融資本市場の制度的研究である資本調達方法を結合する企業の応用理論であり、投資の経済計算を介して現実の企業経営を考察することになる。本授業は、経営財務研究の基礎理論を考察する。</p>	<p>資本主義経済の企業経営は、資本資産評価が成否を握ることを理解する必要がある。本授業では、資本と利子の経済学上の基本的理解をするため、具体的な事象を例示しながら考察する。学生の疑問を喚起することで、理論と現実を結び付けるだけでなく、各自の研究テーマと企業財務の関係についても、その繋がりを意識してもらおう。</p>

主要科目の目標、特長

(経営学研究科 経営学専攻/税務マネジメントコース)

授業科目の名称	目 標	特 長
租税法研究	本科目では、租税法に関する本格的な学習方法を習得することを目的とする。次に、習得した学習方法を実践することにより、租税法の体系について理論と制度の両面から理解を深めるとともに、租税法上の諸問題に適切な解決を与え得る応用能力を養うことを目的とする。	授業の冒頭で、本科目の対象となる租税、租税法の意義および学問的な位置づけを明らかにする。租税法学では、学習方法として法律解釈や判例研究の方法が中心になる。そこで、一般的な法律解釈の技術や判例研究の手法、そのための資料収集方法を習得する。本科目では、租税法の全体系を研究対象とするが、本コースに個別研究科目として配置している税法科目以外の租税実体法を扱う。
法人税法研究	法人税法の重要な規定に関して、どのような解釈や実務上の取り扱いが行われ、どのような問題が生じているかを報道や裁判例等の分析を通じて考察することにより、実践的な法令等の適用が理解できるようになることを到達目標とする。	理論及び実務面で論議のある点を中心に、法令、通達及び判例等に基づいて解説を行う。
所得税法研究	現行所得税法の仕組みを体系的に把握することおよび所得税における理論上・実務上の諸問題に対して適切な解決を与えることを可能にするような応用能力を養うことを目的とする。	授業の冒頭で、所得税法の全体構造を明らかにする。所得税法の全体構造および各項目を学習するに際しては、所得税法の単なる条文解釈にとどまらず、条文の背後にある考え方を理解することに重点を置く。
相続税法研究	相続税は、国民 100 人のうち課税対象となるのは 8 人程度であり、法人税、所得税、消費税と比べるとなじみの薄い税金である。しかしながら、少子高齢化社会の到来を見据えると非常に重要な税金であるともいうことができる。そこで、相続税法の基本構造について探求・理解を目的とする。	法令・通達を中心に解説を行う。
消費税法研究	消費税法の基本的な仕組みの理解を目標とする。条文・通達の読み方の指導に重点を置く。	毎回税法六法（法令編及び通達編）を持参してもらい、実際に条文を引くことで理解を深めるようにする。

主要科目の目標、特長

(経営学研究科 経営学専攻/コンテンツマネジメントコース)

授業科目の名称	目 標	特 長
ビジュアルアート研究	ビジュアルを効果的に活用する為には視覚の基本的知識が必要である。また同時に様々な作品事例に触れることも大切である。眠っていた感覚を呼び起こす切っ掛けづくりはこの研究のテーマでもある。作品の意味を解読し理解を深めることは多彩な発送力を得ることにつながる。同時に表現技法を身につける事も本研究の到達目標である。	学びの場は学内に留まらない。積極的に学外に出て多くの作品にふれることを中心に展開する。多くの刺激は、自身の感性を蘇らせ、結果的に制作フィードバックされるだろう。ビジュアルを研究することは、自身の内面を見つめることを課す。アートからデザインまで幅広く鑑賞し、視覚感覚を磨くことが本研究の特徴である。
コンテンツマネジメント研究	コンテンツとしてのゲームの特徴であるインタラクティブ性に立脚し、その機能を拡張することでの他のコンテンツ産業との接点を学び、その可能性を探ることを目標とする。	他のコンテンツ産業のビジネスモデルを学ぶことで、ゲームコンテンツとの連携においての新たなコンテンツのビジネスモデルを検証・創出することを目論みとし、単なる講義に終わることなく、適宜、受講生がテーマを決め研究発表を行う。尚、必要に応じ、ゲストスピーカーを招き特別講義を実施する。
映像表現法	3dsMax、AfterEffects 等、プロユース映像制作ツールの基礎スキルを習得した上で、物体の構造、光と影の現象を理解し、3DCG で写実画を描く。CG とは操作するものではなく、絵を描く技術の一つである、という感覚を身につける。	小人数指導により、短期間で当該アプリケーションの基本操作習得を目指す。基礎スキルとしてフォトショップ、イラストレーター、または統合型 3DCG ソフト等の操作に支障が無いこと。メジャーグラフィックツールでの制作作業経験を必須とし、3dsMax のモデリング、シェーディング、ライティング、AfterEffects の合成までを行う。
コンテンツマーケティング研究	この授業は、マーケティングの理論と手法を学ぶことではなく、コンテンツビジネスにおける「マーケティング」的な営みを、社会的な視点から理論的・批判的に検討する視座を得ることを目標とする。	前半はまず近年のメディアコミュニケーションにおける「場の構成」や、「受け手」と「送り手」の関係の変容について概説を行うとともに全受講者によるディスカッション。その上で、後半は文化消費やコミュニケーションに関連する重要なトピックを扱った文献を読み込みながら、理論的見取り図の獲得と問題意識の深化を目指す。課題文献に対する全受講者によるコメント発表をベースに進める。
コンテンツ知的財産研究	メディアとコンテンツを巡る著作権と法理の現状を確認し、判例から新たな知財プロテクションの法理メカニズム開発を目標とする。	映画、トイ、アニメーションの概論に始まりゲストスピーカーを招聘するとともに、判例検証とネット時代の知財状況までを視野に入れるもの。
コンテンツプロデュース研究	資本環境や計上基準と共に大きく変動するコンテンツの制作環境。マーケティング逆算による事業費設定がなされる中、クリエイティブ・ドリヴンなコンテンツ事業はあり得るのか？またクリエイティブ・マネジメントは今後どのようにあるべきなのか？を研究する。最終的には映画産業を中心とした映像コンテンツの現在と将来を展望し、次世代のビジネス・モデルを検証する。	コンテンツの産業概論の後に映画・TV アニメの実態から新規メディアの検証までを行う。