

基本計画書

基本計画書									
事項		記入欄							備考
計画の区分		研究科の専攻の設置							
フリガナ 設置者		ガッコウホシノ トヨウダガク 学校法人 東洋大学							
フリガナ 大学の名称		トヨウダガク タダクイン 東洋大学大学院（Toyo University Graduate School）							
大学本部の位置		東京都文京区白山5丁目28番地20号							
大学の目的		「諸学の基礎は哲学にあり」「独立自活」「知徳兼全」を建学の精神とし、世界の学術の理論及び応用を研究教授しその深奥を究めて、文化の進展に寄与することを目的とする。							
新設学部等の目的		（博士前期課程） グローバル化、サービス経済化、イノベーション創出が重視される変革の時代において、「高度な実践経営学」の理念のもとに、経営学及びマーケティングに関する高度な理論と実践について研究し、その研究成果を活かして、社会の発展に貢献できる高度専門職業人を養成する。 経営学及びマーケティングに関する高度な理論と専門知識に裏打ちされた研究を通して、論理的思考力を習得させるとともに、高度な実践能力として、理論を応用し、課題分析や戦略立案などの幅広い手法を習得させることを目的とする。 （博士後期課程） グローバル化、サービス経済化、イノベーション創出が重視される変革の時代において、「高度な実践経営学」の理念のもとに、経営学及びマーケティングに関して、卓越した専門理論と実践能力を兼ね備えた自立した研究者として、国際性と独創性に富んだ人材を養成する。 経営学及びマーケティングに関する自らの専攻分野において、問題を的確に分析・究明できることに加え、社会のあらゆる局面において、専門性を発揮して理論的・実践的な知を創造できる、卓越した研究能力を習得させることを目的とする。							
新設学部等の概要	新設学部等の名称	修業年限	入学定員	編入学定員	収容定員	学位又は称号	開設時期及び開設年次	所在地	【基礎となる学部等】 経営学部経営学科、マーケティング学科 第14条特例の実施
	経営学研究科 （Graduate School of Business Administration）	年	人	年次人	人		年 月 第 年次		
	経営学・マーケティング専攻 （Course of Business Administration and Marketing） 博士前期課程	2	22	-	44	修士（経営学） 又は 修士（マーケティング）	平成31年4月 第1年次	東京都文京区白山5丁目28番20号	
	博士後期課程	3	4	-	12	博士（経営学） 又は 博士（マーケティング）	平成31年4月 第1年次	同上	
	計		26	-	56				

		○学部等設置（平成31年4月） 文学研究科（平成30年4月届出予定） 国際文化コミュニケーション専攻（M）（10） 国際文化コミュニケーション専攻（D）（3） 情報連携学研究科（平成30年4月届出予定） 情報連携学専攻（D）（4） ○入学定員の変更 2部社会福祉学科（平成30年6月届出予定） 入学定員〔定員増〕（5）（平成31年4月） 編入定員（3年次）〔廃止〕（△10）（平成31年4月） 経営学研究科（平成30年4月届出予定） ビジネス・会計ファイナンス専攻（M）〔定員増〕（8）（平成31年4月） ビジネス・会計ファイナンス専攻（D）〔定員減〕（△2）（平成31年4月） ○廃止 文学研究科 英語コミュニケーション専攻（M）（廃止）（△10） 英語コミュニケーション専攻（D）（廃止）（△5） ※平成31年4月学生募集停止 経営学研究科 経営学専攻（M）（廃止）（△10） マーケティング専攻（M）（廃止）（△10） 経営学専攻（D）（廃止）（△5） マーケティング専攻（D）（廃止）（△3） ※平成31年4月学生募集停止																					
教育課程	新設学部等の名称	開設する授業科目の総数				卒業要件単位数																	
		講義	演習	実習	計																		
	経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 （博士前期課程）	56科目	94科目	0科目	150科目	30単位																	
	経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 （博士後期課程）	0科目	72科目	0科目	72科目	0単位																	
教員組織の概要	学 部 等 の 名 称		専任教員等						兼任 教員等														
			教授	准教授	講師	助教	計	助手															
	新設分	経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 （博士前期課程）	15 人 (15)	5 人 (5)	2 人 (2)	0 人 (0)	22人 (22)	0 人 (0)	5 人 (5)	平成30年4月届出													
		経営学・マーケティング専攻 （博士後期課程）	14 (14)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	16 (16)	0 (0)	2 (2)		平成30年4月届出												
		文学研究科 国際文化コミュニケーション専攻 （博士前期課程）	9 人 (9)	4 人 (4)	0 人 (0)	0 人 (0)	13人 (13)	0 人 (0)	4 人 (4)			平成30年4月届出											
		国際文化コミュニケーション専攻 （博士後期課程）	6 (6)	3 (3)	0 (0)	0 (0)	9 (9)	0 (0)	0 (0)				平成30年4月届出										
		情報連携学研究科 情報連携学専攻 （博士後期課程）	6 (6)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	7 (7)	0 (0)	0 (0)					平成30年4月届出									
		計	30 (30)	10 (10)	2 (2)	0 (0)	42 (42)	0 (0)	－ (－)						平成30年4月届出								
	既設分	文学研究科 哲学専攻 （博士前期課程）	5 (5)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	6 (6)	0 (0)	10 (10)	平成30年4月届出													
		哲学専攻 （博士後期課程）	5 (5)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	6 (6)	0 (0)	2 (2)		平成30年4月届出												
		インド哲学仏教学専攻 （博士前期課程）	6 (6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	6 (6)	0 (0)	7 (7)			平成30年4月届出											
		インド哲学仏教学専攻 （博士後期課程）	6 (6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	6 (6)	0 (0)	1 (1)				平成30年4月届出										
		日本文学文化専攻 （博士前期課程）	9 (9)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	9 (9)	0 (0)	6 (6)					平成30年4月届出									
		日本文学文化専攻 （博士後期課程）	9 (9)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	9 (9)	0 (0)	3 (3)						平成30年4月届出								
		中国哲学専攻 （博士前期課程）	3 (3)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	5 (5)	0 (0)	7 (7)							平成30年4月届出							
		中国哲学専攻 （博士後期課程）	3 (3)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	5 (5)	0 (0)	0 (0)								平成30年4月届出						
		英文学専攻 （博士前期課程）	7 (7)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	7 (7)	0 (0)	2 (2)									平成30年4月届出					
		英文学専攻 （博士後期課程）	6 (6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	6 (6)	0 (0)	0 (0)										平成30年4月届出				
		史学専攻 （博士前期課程）	9 (9)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	11 (11)	0 (0)	3 (3)											平成30年4月届出			
		史学専攻 （博士後期課程）	9 (9)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	10 (10)	0 (0)	0 (0)												平成30年4月届出		
		教育学専攻 （博士前期課程）	15 (15)	3 (3)	0 (0)	0 (0)	18 (18)	0 (0)	9 (9)													平成30年4月届出	
		教育学専攻 （博士後期課程）	12 (12)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	12 (12)	0 (0)	0 (0)														平成30年4月届出
									平成30年4月届出														
								平成30年4月届出															
										平成30年4月届出													
											平成30年4月届出												
												平成30年4月届出											
													平成30年4月届出										
														平成30年4月届出									
															平成30年4月届出								
																平成30年4月届出							
																	平成30年4月届出						
																		平成30年4月届出					
																			平成30年4月届出				
																				平成30年4月届出			
																					平成30年4月届出		
																						平成30年4月届出	
									平成30年4月届出														
																							平成30年4月届出
								平成30年4月届出															
										平成30年4月届出													
											平成30年4月届出												
												平成30年4月届出											
													平成30年4月届出										
														平成30年4月届出									
															平成30年4月届出								
																平成30年4月届出							
																	平成30年4月届出						
																		平成30年4月届出					
																			平成30年4月届出				
																				平成30年4月届出			
																					平成30年4月届出		
																						平成30年4月届出	
									平成30年4月届出														
																							平成30年4月届出
								平成30年4月届出															
										平成30年4月届出													
											平成30年4月届出												
												平成30年4月届出											
													平成30年4月届出										
														平成30年4月届出									
															平成30年4月届出								
																平成30年4月届出							
																	平成30年4月届出						
																		平成30年4月届出					
																			平成30年4月届出				
																				平成30年4月届出			
																					平成30年4月届出		
																						平成30年4月届出	
									平成30年4月届出														
																							平成30年4月届出
								平成30年4月届出															
										平成30年4月届出													
											平成30年4月届出												
												平成30年4月届出											
													平成30年4月届出										
														平成30年4月届出									
															平成30年4月届出								
																平成30年4月届出							
																	平成30年4月届出						
																		平成30年4月届出					
																			平成30年4月届出				
																				平成30年4月届出			
																					平成30年4月届出		
																						平成30年4月届出	
									平成30年4月届出														
																							平成30年4月届出
								平成30年4月届出															

教 員 組 織 の 概 要	学 部 等 の 名 称		専任教員等						兼任 教員等
			教授	准教授	講師	助教	計	助手	
既 設	社会学研究科	社会学専攻 （博士前期課程）	17 (17)	5 (5)	0 (0)	0 (0)	22 (22)	0 (0)	10 (10)
		社会学専攻 （博士後期課程）	7 (7)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	7 (7)	0 (0)	0 (0)
		社会心理学専攻 （博士前期課程）	10 (10)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	11 (11)	0 (0)	8 (8)
		社会心理学専攻 （博士後期課程）	9 (9)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	10 (10)	0 (0)	1 (1)
		福祉社会システム 専攻（修士課程）	7 (7)	3 (3)	0 (0)	0 (0)	10 (10)	0 (0)	13 (13)
	法学研究科	私法学専攻 （博士前期課程）	20 (20)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	20 (20)	0 (0)	15 (15)
		私法学専攻 （博士後期課程）	9 (9)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	9 (9)	0 (0)	4 (4)
		公法学専攻 （博士前期課程）	8 (8)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	10 (10)	0 (0)	17 (17)
		公法学専攻 （博士後期課程）	6 (6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	6 (6)	0 (0)	1 (1)
	経営学研究科	ビジネス・会計ファイナンス専攻 （博士前期課程）	8 (8)	3 (3)	0 (0)	0 (0)	11 (11)	0 (0)	53 (53)
		ビジネス・会計ファイナンス専攻 （博士後期課程）	7 (7)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	9 (9)	0 (0)	4 (4)
	理工学研究科	生体医工学専攻 （博士前期課程）	11 (11)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	11 (11)	0 (0)	6 (6)
		生体医工学専攻 （博士後期課程）	9 (9)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	9 (9)	0 (0)	0 (0)
		応用化学専攻 （博士前期課程）	8 (8)	5 (5)	0 (0)	0 (0)	13 (13)	0 (0)	9 (9)
		応用化学専攻 （博士後期課程）	8 (8)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	10 (10)	0 (0)	0 (0)
		機能システム専攻 （博士前期課程）	8 (8)	5 (5)	0 (0)	0 (0)	13 (13)	0 (0)	8 (8)
		機能システム専攻 （博士後期課程）	7 (7)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	8 (8)	0 (0)	0 (0)
		電気電子情報専攻 （博士前期課程）	13 (13)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	13 (13)	0 (0)	10 (10)
		電気電子情報専攻 （博士後期課程）	9 (9)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	9 (9)	0 (0)	0 (0)
		都市環境デザイン専攻 （博士前期課程）	5 (5)	5 (5)	0 (0)	0 (0)	10 (10)	0 (0)	3 (3)
		建築学専攻 （博士前期課程）	8 (8)	6 (6)	0 (0)	0 (0)	14 (14)	0 (0)	2 (2)
		建築・都市デザイン専攻 （博士後期課程）	12 (12)	5 (5)	0 (0)	0 (0)	17 (17)	0 (0)	0 (0)
	経済学研究科	経済学専攻 （博士前期課程）	18 (18)	6 (6)	0 (0)	0 (0)	24 (24)	0 (0)	1 (1)
		経済学専攻 （博士後期課程）	9 (9)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	10 (10)	0 (0)	3 (3)
		公民連携専攻 （修士課程）	7 (7)	4 (4)	0 (0)	0 (0)	11 (11)	0 (0)	13 (13)
	国際学研究科	国際地域学専攻 （博士前期課程）	16 (16)	4 (4)	0 (0)	0 (0)	20 (20)	0 (0)	3 (3)
		国際地域学専攻 （博士後期課程）	12 (12)	4 (4)	0 (0)	0 (0)	16 (16)	0 (0)	0 (0)
	国際観光学研究科	国際観光学専攻 （博士前期課程）	11 (12)	7 (7)	2 (2)	1 (1)	21 (22)	0 (0)	2 (1)
		国際観光学専攻 （博士後期課程）	8 (9)	4 (4)	0 (0)	0 (0)	12 (13)	0 (0)	2 (1)
	生命科学研究科	生命科学専攻 （博士前期課程）	21 (22)	5 (5)	0 (0)	0 (0)	26 (27)	0 (0)	2 (2)
		生命科学専攻 （博士後期課程）	21 (22)	4 (4)	0 (0)	0 (0)	25 (26)	0 (0)	0 (0)
	社会福祉学研究科	社会福祉学専攻 （博士前期課程）	6 (6)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	7 (7)	0 (0)	9 (9)
		社会福祉学専攻 （博士後期課程）	6 (6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	6 (6)	0 (0)	2 (2)
	ライフデザイン学研 究科	生活支援学専攻 （修士課程）	11 (13)	5 (5)	0 (0)	0 (0)	16 (18)	0 (0)	8 (10)
		健康スポーツ学専攻 （修士課程）	5 (6)	6 (6)	0 (0)	0 (0)	11 (12)	0 (0)	8 (11)
		ヒューマンライフ学専攻 （博士後期課程）	10 (11)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	10 (11)	0 (0)	1 (1)
		人間環境デザイン専攻 （博士前期課程）	5 (7)	6 (6)	0 (0)	0 (0)	11 (13)	0 (0)	2 (3)

教 員 組 織 の 概 要	学 部 等 の 名 称		専任教員等						兼任 教員等					
			教授	准教授	講師	助教	計	助手						
	既 設 分	人間環境デザイン専攻 (博士後期課程)	5 (7)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	6 (8)	0 (0)	0 (0)					
			学際・融合科学研究科	バイオ・ナノサイエンス融合専攻 (博士前期課程)	4 (4)	3 (3)	0 (0)	0 (0)	7 (7)	0 (0)	2 (2)			
				バイオ・ナノサイエンス融合専攻 (博士後期課程)	4 (4)	3 (3)	0 (0)	0 (0)	7 (7)	0 (0)	0 (0)			
			総合情報学研究科	総合情報学専攻 (博士前期課程)	14 (14)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	16 (16)	0 (0)	0 (0)			
				総合情報学専攻 (博士後期課程)	9 (9)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	10 (10)	0 (0)	0 (0)			
			食環境科学研究科	食環境科学専攻 (博士前期課程)	13 (13)	5 (6)	0 (0)	0 (0)	18 (19)	0 (0)	3 (3)			
				食環境科学専攻 (博士後期課程)	6 (9)	3 (3)	0 (0)	0 (0)	9 (12)	0 (0)	0 (0)			
			情報連携学研究科	情報連携学専攻 (博士前期課程)	14 (14)	6 (6)	0 (0)	0 (0)	20 (20)	0 (0)	0 (0)			
				計	323 (330)	102 (103)	3 (3)	1 (1)	429 (437)	0 (0)	- (-)			
	合 計		347 (354)	111 (112)	5 (5)	1 (1)	464 (472)	0 (0)	- (-)					
教員以外 の 職員の 概要	職 種		専 任		兼 任		計							
	事 務 職 員		372人 (372)		192人 (192)		564人 (564)							
	技 術 職 員		4 (4)		74 (74)		78 (78)							
	図 書 館 専 門 職 員		32 (32)		7 (7)		39 (39)							
	そ の 他 の 職 員		0 (0)		8 (8)		8 (8)							
	計		408 (408)		281 (281)		689 (689)							
校 地 等	区 分		専 用		共 用		共用する他の 学校等の専用		計					
	校 舎 敷 地		328,615.58㎡		0㎡		0㎡		328,615.58㎡					
	運 動 場 用 地		189,576.05㎡		0㎡		0㎡		189,576.05㎡					
	小 計		518,191.63㎡		0㎡		0㎡		518,191.63㎡					
	そ の 他		290,230.82㎡		0㎡		0㎡		290,230.82㎡					
	合 計		808,422.45㎡		0㎡		0㎡		808,422.45㎡					
校 舎			専 用		共 用		共用する他の 学校等の専用		計					
			217,918.48㎡ (217,918.48㎡)		0㎡ (0㎡)		0㎡ (0㎡)		217,918.48㎡ (217,918.48㎡)					
教室等	講義室		演習室		実験実習室		情報処理学習施設		語学学習施設					
	327室		153室		403室		33室 (補助職員27人)		5室 (補助職員 0人)					
専 任 教 員 研 究 室			新設学部等の名称				室 数							
			経営学研究科 経営学・マーケティング専攻				22 室							
図 書 ・ 設 備	新設学部等の名称		図書 〔うち外国書〕 冊		学術雑誌 〔うち外国書〕 種		電子ジャーナル 〔うち外国書〕		視聴覚資料 点		機械・器具 点		標本 点	
	経営学研究科 経営学・マーケティング 専攻		1,630,231 [364,214] (1,583,059 [357,624])		17,512 [5,528] (17,512 [5,528])		28,069 [27,432] (28,069 [27,432])		24,139 (23,755)		- (-)		- (-)	
	計		1,630,231 [364,214] (1,583,059 [357,624])		17,512 [5,528] (17,512 [5,528])		28,069 [27,432] (28,069 [27,432])		24,139 (23,755)		- (-)		- (-)	
図書館			面積		閲覧座席数				収 納 可 能 冊 数					
			17,211.03㎡		2,763				2,122,700					
体育館			面積		体育館以外のスポーツ施設の概要									
			21,097.14㎡		野球場1面、サッカー場2面、テニスコート13面、他									

経費の見積り及び維持方法の概要	博士前期課程	経費の見積り	区 分		開設前年度	第 1 年次	第 2 年次	第 3 年次	第 4 年次	第 5 年次	第 6 年次	研究科単位での算出不能なため、学部との合計
			教員 1 人当り研究費等			527千円	527千円	－	－	－	－	
			共 同 研 究 費 等			80,000千円	80,000千円	－	－	－	－	
			図 書 購 入 費		1,179千円	1,297千円	1,412千円	－	－	－	－	
			設 備 購 入 費		1,133千円	1,246千円	1,357千円	－	－	－	－	
	学生 1 人当り納付金	第 1 年次		第 2 年次	第 3 年次	第 4 年次	第 5 年次	第 6 年次				
		810千円		540千円	－	－	－	－				
	博士後期課程	経費の見積り	区 分		開設前年度	第 1 年次	第 2 年次	第 3 年次	第 4 年次	第 5 年次	第 6 年次	研究科単位での算出不能なため、学部との合計
			教員 1 人当り研究費等			532千円	532千円	532千円	－	－	－	
			共 同 研 究 費 等			80,000千円	80,000千円	80,000千円	－	－	－	
図 書 購 入 費			1,179千円	1,297千円	1,412千円	1,422千円	－	－	－			
設 備 購 入 費			1,133千円	1,246千円	1,357千円	1,367千円	－	－	－			
学生 1 人当り納付金	第 1 年次		第 2 年次	第 3 年次	第 4 年次	第 5 年次	第 6 年次					
	790千円		520千円	520千円	－	－	－					
	学生納付金以外の維持方法の概要					手数料収入、資産運用収入等ならびに国庫からの補助金収入によって維持を図る。						

既設大学の状況	大 学 の 名 称		東洋大学										
	学 部 等 の 名 称		修業年限	入学定員	編入学定員	収容定員	学位又は称号	定員超過率	開設年度	所 在 地			
	大学院 修士・博士前期課程		年	人	年次人	人		倍					
	文学研究科												
	哲学専攻		2	5	－	10	修士(文学)	1.40	昭和27年度	東京都文京区白山5丁目28番20号			
	インド哲学仏教学専攻		2	4	－	8	修士(文学)	0.50	昭和27年度	同上			
	日本文学文化専攻		2	10	－	20	修士(文学)	0.50	昭和27年度	同上			
	中国哲学専攻		2	4	－	8	修士(文学)	0.50	昭和29年度	同上			
	英文学専攻		2	5	－	10	修士(文学)	0.20	昭和31年度	同上			
	史学専攻		2	6	－	12	修士(文学)	0.49	昭和42年度	同上			
	教育学専攻		2	20	－	40	修士(教育学)	0.22	平成6年度	同上			
	英語コミュニケーション専攻		2	10	－	20	修士 (英語コミュニケーション)	0.30	平成16年度	同上			
	社会学研究科												
	社会学専攻		2	10	－	20	修士(社会学)	0.55	昭和34年度	同上			
	社会心理学専攻		2	12	－	24	修士 (社会心理学)	0.83	平成16年度	同上			
	福祉社会システム専攻		2	20	－	20	修士(社会学)又は修士 (社会福祉学)	0.15	平成30年度	同上			
	法学研究科												
	私法学専攻		2	10	－	20	修士(法学)	0.20	昭和39年度	同上			
	公法学専攻		2	10	－	20	修士(法学)	0.35	昭和51年度	同上			
	経営学研究科												
	経営学専攻		2	10	－	20	修士(経営学)	0.90	昭和47年度	同上			
	ビジネス・会計 ファイナンス専攻		2	20	－	40	修士(経営学)	1.00	平成18年度	同上			
	マーケティング専攻		2	10	－	20	修士 (マーケティング)	0.55	平成22年度	同上			

	学 部 等 の 名 称	修業 年限	入学 定員	編入学 定 員	収容 定員	学位又 は称号	定 員 超過率	開設 年度	所 在 地	
既 設	理工学研究科									
	生体医工学専攻	2	18	—	36	修士 (理工学)	0. 63	平成26年度	埼玉県川越市鯨井 2100	
	応用化学専攻	2	12	—	24	修士 (理工学)	0. 87	平成26年度	同上	
	機能システム専攻	2	15	—	30	修士 (理工学)	0. 70	平成26年度	同上	
	電気電子情報専攻	2	11	—	22	修士 (理工学)	0. 67	平成26年度	同上	
	都市環境デザイン専攻	2	8	—	16	修士(工学)	0. 68	平成26年度	同上	
	建築学専攻	2	14	—	28	修士(工学)	0. 85	平成26年度	同上	
	工学研究科									
大 学	機能システム専攻	2	—	—	—	修士(工学)	—	平成17年度	同上	平成26年より学生募集 停止
	バイオ・応用化学専攻	2	—	—	—	修士(工学)	—	平成17年度	同上	平成26年より学生募集 停止
	環境・デザイン専攻	2	—	—	—	修士(工学)	—	平成17年度	同上	平成26年より学生募集 停止
	情報システム専攻	2	—	—	—	修士(工学)	—	平成17年度	同上	平成26年より学生募集 停止
	経済学研究科									
	経済学専攻	2	10	—	20	修士(経済学)	1. 05	昭和51年度	東京都文京区白山 5丁目28番20号	
	公民連携専攻	2	30	—	60	修士(経済学)	0. 65	平成18年度	東京都文京区白山 5丁目28番20号 東京都千代田区 大手町2丁目2番1号	
	国際学研究科									
	国際地域学専攻	2	15	—	15	修士 (国際地域学)	0. 66	平成30年度	東京都文京区白山 5丁目28番20号	
	国際観光学研究科									
	国際観光学専攻	2	15	—	15	修士 (国際観光学)	0. 53	平成30年度	同上	
	国際地域学研究科									
	国際地域学専攻	2	—	—	—	修士 (国際地域学)	—	平成13年度	同上	
	国際観光学専攻	2	—	—	—	修士 (国際観光学)	—	平成17年度	同上	
	生命科学研究科									
	生命科学専攻	2	20	—	40	修士 (生命科学)	1. 27	平成13年度	群馬県邑楽郡板倉町 泉野1丁目1番1号	
	社会福祉学研究科									
	社会福祉学専攻	2	20	—	20	修士(社会福祉学) 又は修士(ソーシャル ワーク)	0. 85	平成30年度	東京都文京区白山 5丁目28番20号	
	ライフデザイン学研究科									
状 況	生活支援学専攻	2	10	—	10	修士(社会福祉学) 又 は修士(保育学)	0. 70	平成30年度	埼玉県朝霞市岡 48番1号	
	健康スポーツ学専攻	2	10	—	10	修士(健康スポーツ 学)	0. 20	平成30年度	同上	
	人間環境デザイン専攻	2	10	—	10	修士(人間環境デザイ ン学)	0. 10	平成30年度	同上	
	福祉社会デザイン研究科									
	社会福祉学専攻	2	—	—	—	修士(社会福祉学) 又は 修士(ソーシャルワーク)	—	平成18年度	東京都文京区白山 5丁目28番20号	平成30年より学生募集 停止
	福祉社会システム専攻	2	—	—	—	修士(社会学) 又は修士 (社会福祉学)	—	平成18年度	同上	平成30年より学生募集 停止
	ヒューマンデザイン専攻	2	—	—	—	修士(社会福祉学) 又は 修士(健康デザイン学)	—	平成18年度	埼玉県朝霞市岡 48番1号	平成30年より学生募集 停止
	人間環境デザイン専攻	2	—	—	—	修士(人間環境 デザイン学)	—	平成21年度	同上	平成30年より学生募集 停止

	学 部 等 の 名 称	修業	入学	編入学	収容	学位又	定 員	開設	所 在 地	
		年限	定員	定 員	定員	は称号	超過率	年度		
既 設	学際・融合科学研究科									
	ハイ・ナノサイエンス融合専攻	2	12	—	24	修士(ハイ・ナノサイエンス融合)	0.45	平成23年度	埼玉県川越市鯨井2100	
	総合情報学研究科									
	総合情報学専攻	2	15	—	30	修士(情報学)	0.93	平成28年度	同上	
	食環境科学研究科									
	食環境科学専攻	2	10	—	20	修士(食環境科学)	0.95	平成28年度	群馬県邑楽郡板倉町泉野1丁目1番1号	
	情報連携学研究科									
	情報連携学専攻	2	20	—	40	修士(情報連携学)	0.15	平成29年度	東京都北区赤羽台1丁目7番11号	
	大学院 博士後期課程									
	文学研究科									
大 学	哲学専攻	3	3	—	9	博士(文学)	0.22	昭和43年度	東京都文京区白山5丁目28番20号	
	インド哲学仏教学専攻	3	3	—	9	博士(文学)	0.66	昭和29年度	同上	
	日本文学文化専攻	3	3	—	9	博士(文学)	0.33	昭和29年度	同上	
	中国哲学専攻	3	3	—	9	博士(文学)	0.22	平成11年度	同上	
	英文学専攻	3	3	—	9	博士(文学)	0.33	昭和39年度	同上	
	史学専攻	3	3	—	9	博士(文学)	0.33	平成11年度	同上	
	教育学専攻	3	4	—	12	博士(教育学)	0.33	平成11年度	同上	
	英語コミュニケーション専攻	3	5	—	15	博士 (英語コミュニケーション)	0.13	平成19年度	同上	
	社会学研究科									
	社会学専攻	3	3	—	9	博士(社会学)	0.11	昭和34年度	同上	
等	社会心理学専攻	3	5	—	15	博士 (社会心理学)	0.46	平成18年度	同上	
	法学研究科									
	私法学専攻	3	5	—	15	博士(法学)	0.13	昭和41年度	同上	
	公法学専攻	3	5	—	15	博士(法学)	0.20	平成12年度	同上	
	経営学研究科									
	経営学専攻	3	5	—	15	博士(経営学)	0.20	平成11年度	同上	
	ビジネス・会計 ファイナンス専攻	3	5	—	15	博士(経営学)または博士(会計・ファイナンス)	0.40	平成22年度	同上	
	マーケティング専攻	3	3	—	9	博士 (マーケティング)	0.00	平成24年度	同上	
	理工学研究科									
	生体医工学専攻	3	3	—	9	博士 (理工学)	0.22	平成26年度	埼玉県川越市鯨井2100	
状 況	応用化学専攻	3	3	—	9	博士 (理工学)	0.11	平成26年度	同上	
	機能システム専攻	3	3	—	9	博士 (理工学)	0.00	平成26年度	同上	
	電気電子情報専攻	3	3	—	9	博士 (理工学)	0.33	平成26年度	同上	
	建築・都市デザイン専攻	3	3	—	9	博士(工学)	0.00	平成26年度	同上	
	工学研究科									
	機能システム専攻	3	—	—	—	博士(工学)	—	平成17年度	同上	平成26年より学生募集停止

既設大学等	学 部 等 の 名 称		修業 年限	入学 定員	編入学 定 員	収容 定員	学位又 は称号	定 員 超過率	開設 年度	所 在 地	
大 学 等	バイオ・応用化学専攻		3	—	—	—	博士(工学)	—	平成17年度	埼玉県川越市鯨井2100	平成26年より学生募集停止
	環境・デザイン専攻		3	—	—	—	博士(工学)	—	平成17年度	同上	平成26年より学生募集停止
	情報システム専攻		3	—	—	—	博士(工学)	—	平成17年度	同上	平成26年より学生募集停止
	経済学研究科										
	経済学専攻		3	3	—	9	博士(経済学)	0.55	昭和53年度	東京都文京区白山5丁目28番20号	
	国際学研究科										
	国際地域学専攻		3	5	—	5	博士 (国際地域学)	0.40	平成30年度	同上	
	国際観光学研究科										
	国際観光学専攻		3	3	—	3	博士 (国際観光学)	0.66	平成30年度	同上	
	国際地域学研究科										
	国際地域学専攻		3	—	—	—	博士 (国際地域学)	—	平成15年度	同上	平成30年より学生募集停止
	国際観光学専攻		3	—	—	—	博士 (国際観光学)	—	平成23年度	同上	平成30年より学生募集停止
	生命科学研究科										
	生命科学専攻		3	4	—	12	博士 (生命科学)	0.50	平成15年度	群馬県邑楽郡板倉町泉野1丁目1番1号	
	社会福祉学研究科										
	社会福祉学専攻		3	5	—	5	博士(社会福祉学) 又は博士(ソーシャルワーク)	1.00	平成30年度	東京都文京区白山5丁目28番20号	
	ライフデザイン学研究科										
	ヒューマンライフ学専攻		3	5	—	5	博士(社会福祉学)又は博士(健康スポーツ学)	1.00	平成30年度	埼玉県朝霞市岡48番1号	
	人間環境デザイン専攻		3	4	—	4	博士(人間環境デザイン学)	0.00	平成30年度	同上	
	福祉社会デザイン研究科										
状 況	社会福祉学専攻		3	—	—	—	博士(社会福祉学)又は博士(ソーシャルワーク)	—	平成18年度	東京都文京区白山5丁目28番20号	平成30年より学生募集停止
	ヒューマンデザイン専攻		3	—	—	—	博士(社会福祉学)又は博士(健康デザイン学)	—	平成18年度	埼玉県朝霞市岡48番1号	平成30年より学生募集停止
	人間環境デザイン専攻		3	—	—	—	博士 (人間環境デザイン学)	—	平成21年度	同上	平成30年より学生募集停止
	学際・融合科学研究科										
	バイオ・ナノサイエンス融合専攻		3	4	—	12	博士(バイオ・ナノサイエンス融合)	0.58	平成19年度	埼玉県川越市鯨井2100	
	総合情報学研究科										
	総合情報学専攻		3	3	—	3	博士(情報学)	2.66	平成30年度	同上	
	食環境科学研究科										
	食環境科学専攻		3	2	—	2	博士(食環境科学)	2.00	平成30年度	群馬県邑楽郡板倉町泉野1丁目1番1号	
	文学部 第1部							1.10			
	哲学科		4	100	—	400	学士(文学)	1.15	昭和24年度	東京都文京区白山5丁目28番20号	
	東洋思想文化学科		4	100	—	400	学士(文学)	1.18	平成25年度	同上	
	インド哲学科		4	—	—	—	学士(文学)	—	昭和24年度	同上	平成25年より学生募集停止
	中国哲学文学科		4	—	—	—	学士(文学)	—	昭和24年度	同上	平成25年より学生募集停止
	日本文学文化学科		4	133	—	666	学士(文学)	1.11	平成12年度	同上	平成27年度入学定員増(10人)、平成29年度入学定員減(67人)
	英米文学科		4	133	—	532	学士(文学)	1.11	昭和24年度	同上	

	学 部 等 の 名 称	修業	入学	編入学	収容	学位又	定 員	開設	所 在 地	
		年限	定員	定 員	定員	は称号	超過率	年度		
既 設	国際学部						1. 01			
	グローバル・イノベーション学科	4	100	—	200	学士 (グローバル・イノベーション学)	0. 99	平成29年度	東京都文京区白山5丁目28番20号	
	国際地域学科						1. 02	平成29年度	同上	
	国際地域学科 国際地域専攻	4	210	—	420	学士 (国際地域学)	1. 03	平成29年度	同上	
	国際地域学科 地域総合専攻	4	80	—	160	学士 (国際地域学)	1. 01	平成29年度	同上	
	国際観光学部						1. 03			
	国際観光学科	4	366	—	732	学士 (国際観光学)	1. 03	平成29年度	同上	
	生命科学部						1. 02			
	生命科学科	4	113	—	452	学士 (生命科学)	1. 01	平成 9 年度	群馬県邑楽郡板倉町泉野1丁目1番1号	
	応用生物科学科	4	113	—	452	学士 (生命科学)	1. 03	平成21年度	同上	
大 学	食環境科学科	4	—	—	—	学士 (生命科学)	—	平成21年度	同上	平成25年より学生募集 停止
	ライフデザイン学部						1. 08			
	生活支援学科						1. 07	平成17年度	埼玉県朝霞市岡48番1号	
	生活支援学科 生活支援学専攻	4	116	—	464	学士 (生活支援学)	1. 13	平成21年度	同上	
	生活支援学科 子ども支援学専攻	4	100	—	400	学士 (生活支援学)	1. 00	平成21年度	同上	
	健康スポーツ学科	4	180	—	720	学士 (健康スポーツ学)	1. 04	平成17年度	同上	
	人間環境デザイン学科	4	160	—	640	学士 (人間環境デザイン学)	1. 14	平成18年度	同上	
	総合情報学部						1. 14			
	総合情報学科	4	260	—	1040	学士(情報学)	1. 14	平成21年度	埼玉県川越市鯨井2100	
	食環境科学部						1. 04			
の 状 況	食環境科学科						1. 09	平成25年度	群馬県邑楽郡板倉町泉野1丁目1番1号	平成25年より学生募集 停止 平成29年度入学定員減 (30人)
	フードサイエンス専攻	4	70	—	280	学士 (食環境科学)	1. 07	平成25年度	同上	
	スポーツ・食品機能専攻	4	50	—	200	学士 (食環境科学)	1. 12	平成25年度	同上	
	健康栄養学科	4	100	—	400	学士 (健康栄養学)	0. 98	平成25年度	同上	
	情報連携学部						1. 02			
	情報連携学科	4	400	—	800	学士(情報連携学)	1. 02	平成29年度	東京都北区赤羽台1丁目7番11号	
	文学部 第2部						1. 11			
	東洋思想文化学科	4	30	—	120	学士(文学)	1. 13	平成25年度	東京都文京区白山5丁目28番20号	
	インド哲学科	4	—	—	—	学士(文学)	—	昭和31年度	同上	
	日本文学文化学科	4	50	—	260	学士(文学)	1. 15	昭和27年度	同上	
大 学	教育学科	4	40	—	160	学士(教育学)	1. 05	昭和39年度	同上	
	経済学部 第2部						1. 07			
	経済学科	4	150	—	600	学士(経済学)	1. 07	昭和32年度	同上	
	経営学部 第2部						1. 05			
	経営学科	4	110	—	440	学士(経営学)	1. 05	昭和41年度	同上	

既 設 大 学 等 の 状 況	学 部 等 の 名 称	修業 年限	入学 定員	編入学 定 員	収容 定員	学位又 は称号	定 員 超過率	開設 年度	所 在 地	平成30年より募集停止 平成30年より募集停止
	法学部 第2部						1.05			
	法律学科	4	120	－	480	学士(法学)	1.05	昭和31年度	東京都文京区白山 5丁目28番20号	
	社会学部 第2部						1.06			
	社会学科	4	130	－	520	学士(社会学)	1.09	昭和34年度	同上	
	社会福祉学科	4	45	3年次 10	200	学士(社会学)	0.98	平成13年度	同上	
	通信教育部									
	文学部 日本文学文化学科	4	－	－	－	学士(文学)	－	昭和39年度	同上	
	法学部 法律学科	4	－	－	－	学士(法学)	－	昭和41年度	同上	
附属施設の概要		該当なし								

別記様式第2号(その2の1)

(用紙 日本工業規格A4縦型)

教 育 課 程 等 の 概 要														
(経営学研究科経営学・マーケティング専攻 博士前期課程)														
科目 区分	授業科目の名称	配当年次 (春：前) (秋：後)	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考
			必 修	選 択	自 由	講 義	演 習	実 験・ 実 習	教 授	准 教 授	講 師	助 教	助 手	
授業科目	経営学領域	経営学特論A		2		○			1					隔年 隔年
		経営学特論B		2		○			1					
		経営学演習A		2			○		1					
		経営学演習B		2			○		1					
		経営史特論A		2		○				1				隔年 隔年
		経営史特論B		2		○				1				
		経営史演習A		2			○			1				
		経営史演習B		2			○			1				
		経営戦略特論A		2		○				1				兼1 兼1 兼1 兼1 兼1 兼1 兼1 兼1
		経営戦略特論B		2		○				1				
		経営戦略演習A		2			○			1				
		経営戦略演習B		2			○			1				
		経営組織特論A		2		○								兼1 兼1 兼1 兼1 兼1 兼1 兼1 兼1
		経営組織特論B		2		○								
		経営組織演習A		2			○							
		経営組織演習B		2			○							
		企業論特論A		2		○								兼1 兼1 兼1 兼1 兼1 兼1 兼1 兼1
		企業論特論B		2		○								
		企業論演習A		2			○							
		企業論演習B		2			○							
		企業経済学特論A		2		○					1			1 1 1 1
		企業経済学特論B		2		○					1			
		企業経済学演習A		2			○				1			
		企業経済学演習B		2			○				1			
		技術経営論特論A		2		○			1					1 1 1 1
		技術経営論特論B		2		○			1					
		技術経営論演習A		2			○		1					
		技術経営論演習B		2			○		1					
		国際経営論特論A		2		○			1					隔年 隔年
		国際経営論特論B		2		○			1					
		国際経営論演習A		2			○		1					
		国際経営論演習B		2			○		1					
		グローバル戦略特論A		2		○								兼1 兼1 兼1 兼1
		グローバル戦略特論B		2		○								
		グローバル戦略演習A		2			○							
		グローバル戦略演習B		2			○							
		非営利組織経営論特論A		2		○			1					兼1 兼1 兼1 兼1
		非営利組織経営論特論B		2		○			1					
		非営利組織経営論演習A		2			○		1					
		非営利組織経営論演習B		2			○		1					
		人的資源論特論A		2		○								兼1 兼1 兼1 兼1
		人的資源論特論B		2		○								
		人的資源論演習A		2			○							
		人的資源論演習B		2			○							
		経営財務特論A		2		○			1					隔年 隔年
		経営財務特論B		2		○			1					
		経営財務演習A		2			○		1					
		経営財務演習B		2			○		1					
		財務会計論特論A		2		○								兼1 兼1
		財務会計論特論B		2		○								
		管理会計論特論A		2		○			1					
		管理会計論特論B		2		○			1					
		管理会計論演習A		2			○		1					1 1 1 1
		管理会計論演習B		2			○		1					
		情報システム論特論A		2		○			1					
		情報システム論特論B		2		○			1					
		情報システム論演習A		2			○		1					1 1
		情報システム論演習B		2			○		1					

別記様式第2号(その2の1)

(用紙 日本工業規格A4縦型)

教 育 課 程 等 の 概 要																	
(経営学研究科経営学・マーケティング専攻 博士前期課程)																	
科目 区分		授業科目の名称	配当年次 (春：前) (秋：後)	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考		
				必 修	選 択	自 由	講 義	演 習	実 験・ 実習	教 授	准 教 授	講 師	助 教	助 手			
経営学 領域		経営システム論特論A	1・2前		2		○			1							
		経営システム論特論B	1・2後		2		○			1							
		経営システム論演習A	1・2前		2			○		1							
		経営システム論演習B	1・2後		2			○		1							
		小計 (62科目)	—		124		—			7	2	1	0	0	兼5	—	
授業科目	マーケティング 領域	マーケティング特論A	1・2前		2		○			1						隔年 隔年	
		マーケティング特論B	1・2後		2		○			1							
		マーケティング演習A	1・2前		2			○		1							
		マーケティング演習B	1・2後		2			○		1							
		マーケティング戦略特論A	1・2前後		2		○				1						
		マーケティング戦略特論B	1・2前後		2		○				1						
		マーケティング戦略演習A	1・2前		2			○			1						
		マーケティング戦略演習B	1・2後		2			○			1						
		マーケティング・マネジメント特論A	1・2前		2		○				1						
		マーケティング・マネジメント特論B	1・2後		2		○				1						
		マーケティング・マネジメント演習A	1・2前		2			○			1						
		マーケティング・マネジメント演習B	1・2後		2			○			1						
		流通特論A	1・2前		2		○				1						
		流通特論B	1・2後		2		○				1						
		流通演習A	1・2前		2			○			1						
		流通演習B	1・2後		2			○			1						
		ブランド戦略論特論A	1・2前		2		○				1						
		ブランド戦略論特論B	1・2後		2		○				1						
		ブランド戦略論演習A	1・2前		2			○			1						
		ブランド戦略論演習B	1・2後		2			○			1						
		サービス・マーケティング特論A	1・2前		2		○				1						
		サービス・マーケティング特論B	1・2後		2		○				1						
		サービス・マーケティング演習A	1・2前		2			○			1						
		サービス・マーケティング演習B	1・2後		2			○			1						
		マーケティング・リサーチ特論A	1・2前		2		○				1						
		マーケティング・リサーチ特論B	1・2後		2		○				1						
		マーケティング・リサーチ演習A	1・2前		2			○			1						
		マーケティング・リサーチ演習B	1・2後		2			○			1						
		マーケティング・サイエンス特論A	1・2前		2		○						1				
		マーケティング・サイエンス特論B	1・2後		2		○						1				
		マーケティング・サイエンス演習A	1・2前		2			○					1				
		マーケティング・サイエンス演習B	1・2後		2			○					1				
		グローバル・マーケティング特論A	1・2前後		2		○					1					隔年 隔年
		グローバル・マーケティング特論B	1・2前後		2		○					1					
		グローバル・マーケティング演習A	1・2前		2			○				1					
		グローバル・マーケティング演習B	1・2後		2			○				1					
		グローバル・ファイナンス特論A	1・2前		2		○				1						
		グローバル・ファイナンス特論B	1・2後		2		○				1						
		グローバル・ファイナンス演習A	1・2前		2			○			1						
		グローバル・ファイナンス演習B	1・2後		2			○			1						
		情報管理論特論A	1・2前		2		○				1						
		情報管理論特論B	1・2後		2		○				1						
		情報管理論演習A	1・2前		2			○			1						
		情報管理論演習B	1・2後		2			○			1						
		統計学特論A	1・2前		2		○				1						
		統計学特論B	1・2後		2		○				1						
小計 (46科目)	—		92		—			8	3	1	0	0	0	—			

別記様式第2号(その2の1)

(用紙 日本工業規格A4縦型)

教 育 課 程 等 の 概 要																
(経営学研究科経営学・マーケティング専攻 博士前期課程)																
科目 区分		授業科目の名称	配当年次 (春：前) (秋：後)	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考	
				必 修	選 択	自 由	講 義	演 習	実 験・ 実習	教 授	准 教 授	講 師	助 教	助 手		
研究 指 導 科 目	経営 学 領 域	経営学研究指導A	1・2前		—			○		1					兼1 兼1 兼1 兼1	
		経営学研究指導B	1・2後		—			○		1						
		経営史研究指導A	1・2前		—			○			1					
		経営史研究指導B	1・2後		—			○			1					
		経営戦略研究指導A	1・2前		—			○			1					
		経営戦略研究指導B	1・2後		—			○			1					
		経営組織研究指導A	1・2前		—			○								
		経営組織研究指導B	1・2後		—			○								
		企業論研究指導A	1・2前		—			○								
		企業論研究指導B	1・2後		—			○								
		技術経営論研究指導A	1・2前		—			○		1						
		技術経営論研究指導B	1・2後		—			○		1						
		国際経営論研究指導A	1・2前		—			○		1						
		国際経営論研究指導B	1・2後		—			○		1						
		非営利組織経営論研究指導A	1・2前		—			○		1						
		非営利組織経営論研究指導B	1・2後		—			○		1						
		経営財務研究指導A	1・2前		—			○		1						
		経営財務研究指導B	1・2後		—			○		1						
		情報システム論研究指導A	1・2前		—			○		1						
		情報システム論研究指導B	1・2後		—			○		1						
		経営システム論研究指導A	1・2前		—			○		1						
		経営システム論研究指導B	1・2後		—			○		1						
	小計 (22科目)				0			—		7	2	0	0	0	兼2	
	マ ー ケ テ ィ ン グ 領 域	マーケティング研究指導A	1・2前		—			○		1						
		マーケティング研究指導B	1・2後		—			○		1						
		マーケティング戦略研究指導A	1・2前		—			○			1					
		マーケティング戦略研究指導B	1・2後		—			○			1					
		マーケティング・マネジメント研究指導A	1・2前		—			○			1					
		マーケティング・マネジメント研究指導B	1・2後		—			○			1					
		流通研究指導A	1・2前		—			○		1						
		流通研究指導B	1・2後		—			○		1						
		ブランド戦略論研究指導A	1・2前		—			○		1						
		ブランド戦略論研究指導B	1・2後		—			○		1						
		サービス・マーケティング研究指導A	1・2前		—			○		1						
		サービス・マーケティング研究指導B	1・2後		—			○		1						
		マーケティング・リサーチ研究指導A	1・2前		—			○		1						
		マーケティング・リサーチ研究指導B	1・2後		—			○		1						
		グローバル・マーケティング研究指導A	1・2前		—			○			1					
		グローバル・マーケティング研究指導B	1・2後		—			○			1					
		グローバル・ファイナンス研究指導A	1・2前		—			○		1						
		グローバル・ファイナンス研究指導B	1・2後		—			○		1						
		情報管理論研究指導A	1・2前		—			○		1						
		情報管理論研究指導B	1・2後		—			○		1						
		小計 (20科目)			0	0	0		—		7	3	0	0	0	0
合計(150科目)			—	0	216	0		—	15	5	2	0	0	兼5	—	
学位又は称号		修士 (経営学) 又は修士 (マーケティング)		学位又は学科の分野				経済学関係								
卒 業 要 件 及 び 履 修 方 法								授業期間等								
本課程に2年以上在学し、30単位以上を修得し、かつ必要な研究指導を受けたうえ、当該研究科の目的に応じ「修士学位論文」の審査および最終試験に合格した者に修士の学位を授与する。ただし、在学期間に関しては、優れた業績を上げた者については、1年以上在学すれば足りるものとする。 主指導教授の「研究指導」を、毎セメスタ必ず履修すること。								1学年の学期区分				2学期				
								1学期の授業期間				15週				
								1時限の授業時間				90分				

教 育 課 程 等 の 概 要																
(経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程)																
科目 区分		授業科目の名称	配当年次 (春：前) (秋：後)	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考	
				必 修	選 択	自 由	講 義	演 習	実 験・ 実習	教 授	准 教授	講 師	助 教	助 手		
授業科目	経営学領域	経営学特殊研究A	1・2・3前		2			○		1					兼1 兼1 兼1 兼1	
		経営学特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		経営組織特殊研究A	1・2・3前		2			○								
		経営組織特殊研究B	1・2・3後		2			○								
		企業論特殊研究A	1・2・3前		2			○								
		企業論特殊研究B	1・2・3後		2			○								
		技術経営論特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		技術経営論特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		国際経営論特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		国際経営論特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		非営利組織経営論特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		非営利組織経営論特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		経営財務特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		経営財務特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		意思決定システム論特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		意思決定システム論特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		経営システム論特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		経営システム論特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		小計(18科目)	—		36			—		7	0	0	0	0	兼2	—
	マーケティング領域	マーケティング特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		マーケティング特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		流通特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		流通特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		ブランド戦略論特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		ブランド戦略論特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		サービス・マーケティング特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		サービス・マーケティング特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		リレーションシップ・マーケティング特殊研究A	1・2・3前		2			○			1					
		リレーションシップ・マーケティング特殊研究B	1・2・3後		2			○			1					
		マーケティング・リサーチ特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		マーケティング・リサーチ特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		グローバル・マーケティング特殊研究A	1・2・3前		2			○			1					
		グローバル・マーケティング特殊研究B	1・2・3後		2			○			1					
		グローバル・ファイナンス特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		グローバル・ファイナンス特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		情報管理論特殊研究A	1・2・3前		2			○		1						
		情報管理論特殊研究B	1・2・3後		2			○		1						
		小計(18科目)	—		36			—		7	2	0	0	0	0	—
研究指導科目	経営学領域	経営学研究指導A	1・2・3前		—			○		1					兼1 兼1 兼1 兼1	
		経営学研究指導B	1・2・3後		—			○		1						
		経営組織研究指導A	1・2・3前		—			○								
		経営組織研究指導B	1・2・3後		—			○								
		企業論研究指導A	1・2・3前		—			○								
		企業論研究指導B	1・2・3後		—			○								
		技術経営論研究指導A	1・2・3前		—			○		1						
		技術経営論研究指導B	1・2・3後		—			○		1						
		国際経営論研究指導A	1・2・3前		—			○		1						
		国際経営論研究指導B	1・2・3後		—			○		1						
		非営利組織経営論研究指導A	1・2・3前		—			○		1						
		非営利組織経営論研究指導B	1・2・3後		—			○		1						
		経営財務研究指導A	1・2・3前		—			○		1						
		経営財務研究指導B	1・2・3後		—			○		1						
		意思決定システム論研究指導A	1・2・3前		—			○		1						
		意思決定システム論研究指導B	1・2・3後		—			○		1						
		経営システム論研究指導A	1・2・3前		—			○		1						
		経営システム論研究指導B	1・2・3後		—			○		1						
		小計(18科目)			0			—		7	0	0	0	0	兼2	

教 育 課 程 等 の 概 要																
(経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程)																
科目 区分		授業科目の名称	配当年次 (春：前) (秋：後)	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考	
				必 修	選 択	自 由	講 義	演 習	実 験・ 実 習	教 授	准 教 授	講 師	助 教	助 手		
研究 指導 科目	マ ー ケ テ ィ ン グ 領 域	マーケティング研究指導A	1・2・3前		－			○		1						
		マーケティング研究指導B	1・2・3後		－			○		1						
		流通研究指導A	1・2・3前		－			○		1						
		流通研究指導B	1・2・3後		－			○		1						
		ブランド戦略論研究指導A	1・2・3前		－			○		1						
		ブランド戦略論研究指導B	1・2・3後		－			○		1						
		サービス・マーケティング研究指導A	1・2・3前		－			○		1						
		サービス・マーケティング研究指導B	1・2・3後		－			○		1						
		リレーションシップ・マーケティング研究指導A	1・2・3前		－			○			1					
		リレーションシップ・マーケティング研究指導B	1・2・3後		－			○			1					
		マーケティング・リサーチ研究指導A	1・2・3前		－			○		1						
		マーケティング・リサーチ研究指導B	1・2・3後		－			○		1						
		グローバル・マーケティング研究指導A	1・2・3前		－			○			1					
		グローバル・マーケティング研究指導B	1・2・3後		－			○			1					
		グローバル・ファイナンス研究指導A	1・2・3前		－			○		1						
		グローバル・ファイナンス研究指導B	1・2・3後		－			○		1						
		情報管理論研究指導A	1・2・3前		－			○		1						
		情報管理論研究指導B	1・2・3後		－			○		1						
		小計(18科目)				0			－		7	2	0	0	0	0
合計（72科目）			－		72			－		14	2	0	0	0	兼2	
学位又は称号		博士（経営学） 又は博士（マーケティング）			学位又は学科の分野				経済学関係							
卒 業 要 件 及 び 履 修 方 法								授業期間等								
本課程に3年(法科大学院を修了したものにあっては2年)以上在学し、必要な研究指導を受けた上、博士論文の審査及び最終試験に合格した者に博士の学位を授与する。ただし、在学期間に関しては、優れた研究業績を上げた者については、本大学院に1年以上(博士前期課程若しくは修士課程又は専門職学位課程に1年以上2年未満在学し当該課程を修了した者については、当該課程における在学期間を含めて3年以上)在学すれば足りるものとする。 主指導教授の「研究指導」を、毎セメスタ必ず履修すること。								1学年の学期区分				2学期				
								1学期の授業期間				15週				
								1時限の授業時間				90分				

教 育 課 程 等 の 概 要														
（経営学部 第1部経営学科）														
科目 区分	授業科目の名称	配当年次	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考
			必修	選択	自由	講義	演習	実験・実習	教授	准教授	講師	助教	助手	
哲学・思想科目	東洋思想	1・2・3・4後		2		○								兼1
	科学思想史A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	科学思想史B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	地球倫理A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	地球倫理B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	哲学A	1・2・3・4前		2		○								兼4
	哲学B	1・2・3・4後		2		○								兼4
	哲学史A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	哲学史B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	倫理学基礎論A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	倫理学基礎論B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	応用倫理学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	応用倫理学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	論理学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	論理学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	ロジカルシンキング入門	1・2・3・4前		2		○								兼3
	クリティカルシンキング入門	1・2・3・4後		2		○								兼3
	宗教学ⅠA	1・2・3・4前		2		○								兼1
	宗教学ⅠB	1・2・3・4後		2		○								兼1
	宗教学ⅡA	1・2・3・4前		2		○								兼1
	宗教学ⅡB	1・2・3・4後		2		○								兼1
	井上円了と東洋大学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	井上円了と東洋大学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	小計（23科目）	—	0	46	0	—								兼17
学問の基礎科目	音楽学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	音楽学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	天文学A	1・2・3・4前		2		○								兼3
	天文学B	1・2・3・4後		2		○								兼3
	天文学実習講義A	1・2・3・4前		2				○						兼1
	天文学実習講義B	1・2・3・4後		2				○						兼1
	生物学A	1・2・3・4前		2		○								兼2
	生物学B	1・2・3・4後		2		○								兼2
	生物学実験講義A	1・2・3・4前		2				○						兼1
	生物学実験講義B	1・2・3・4後		2				○						兼1
	物質の科学A	1・2・3・4前		2		○								兼2
	物質の科学B	1・2・3・4後		2		○								兼2
	化学実験講義A	1・2・3・4前		2				○						兼1
	化学実験講義B	1・2・3・4後		2				○						兼1
	自然誌A	1・2・3・4前		2		○								兼3
	自然誌B	1・2・3・4後		2		○								兼3
	人類学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	人類学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	地球の科学A	1・2・3・4前		2		○								兼5
	地球の科学B	1・2・3・4後		2		○								兼5
	地球科学実験講義A	1・2・3・4前		2				○						兼1
	地球科学実験講義B	1・2・3・4後		2				○						兼1
	統計学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	統計学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	経済学A	1・2・3・4前		2		○								兼3
	経済学B	1・2・3・4後		2		○								兼3
	エネルギーの科学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	エネルギーの科学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	環境の科学A	1・2・3・4前		2		○								兼3
	環境の科学B	1・2・3・4後		2		○								兼3
	美術史A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	美術史B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	地理学A	1・2・3・4前		2		○								兼3
	地理学B	1・2・3・4後		2		○								兼3
	歴史の諸問題A	1・2・3・4前		2		○				2				
	歴史の諸問題B	1・2・3・4後		2		○				2				
	法学A	1・2・3・4前		2		○								兼5

		法学B	1・2・3・4後		2		○								兼5	
		自然の数理A	1・2・3・4前		2		○								兼2	
		自然の数理B	1・2・3・4後		2		○								兼2	
		生活と物理A	1・2・3・4前		2		○								兼2	
		生活と物理B	1・2・3・4後		2		○								兼2	
		物理学実験講義A	1・2・3・4前		2				○						兼1	
		物理学実験講義B	1・2・3・4後		2				○						兼1	
		政治学A	1・2・3・4前		2		○								兼2	
		政治学B	1・2・3・4後		2		○								兼2	
		心理学A	1・2・3・4前		2		○								兼4	
		心理学B	1・2・3・4後		2		○								兼4	
		自然科学概論A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		自然科学概論B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		自然科学演習A	2・3・4前		2				○						兼6	
		自然科学演習B	2・3・4後		2				○						兼6	
		社会学A	1・2・3・4前		2		○								兼4	
		社会学B	1・2・3・4後		2		○								兼3	
		数理・情報実習講義A	1・2・3・4前		2						○				兼1	
		数理・情報実習講義B	1・2・3・4後		2						○				兼1	
		小計（56科目）	—	0	112	0	—			2					兼44	—
	国際人の形成科目	地域文化研究ⅠA	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		地域文化研究ⅠB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		地域文化研究ⅡA	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		地域文化研究ⅡB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		地域文化研究ⅢA	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		地域文化研究ⅢB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		西欧文学A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		西欧文学B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		国際比較論A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		国際比較論B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		地域史(東洋)A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		地域史(東洋)B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		地域史(西洋)A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		地域史(西洋)B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		日本事情ⅠA	1・2・3・4前		2		○								兼1	留学生専用
		日本事情ⅠB	1・2・3・4後		2		○								兼1	留学生専用
		国際キャリア概論	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		留学のすすめ	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		海外研修Ⅰ	1・2・3・4前		2				○						兼2	
		海外研修Ⅱ	1・2・3・4後		2				○						兼2	
		海外実習Ⅰ	1・2・3・4前		2				○						兼2	
		海外実習Ⅱ	1・2・3・4後		2				○						兼2	
		短期海外研修Ⅰ	1・2・3・4前		1				○						兼1	
		短期海外研修Ⅱ	1・2・3・4後		1				○						兼1	
		短期海外研修Ⅲ	1・2・3・4前		1				○						兼1	
		短期海外研修Ⅳ	1・2・3・4後		1				○						兼1	
		短期海外実習Ⅰ	1・2・3・4前		1				○						兼1	
		短期海外実習Ⅱ	1・2・3・4後		1				○						兼1	
		短期海外実習Ⅲ	1・2・3・4前		1				○						兼1	
		短期海外実習Ⅳ	1・2・3・4後		1				○						兼1	
		国際教育論A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		国際教育論B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		多文化共生論A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		多文化共生論B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		国際関係入門	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		日本の文化と社会	1・2・3・4前		2		○								兼1	留学生専用
		日本事情ⅡA	1・2・3・4前		2		○								兼1	留学生専用
		日本事情ⅡB	1・2・3・4後		2		○								兼1	留学生専用
		百人一首の文化史A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		百人一首の文化史B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		日本の昔話A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		日本の昔話B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		日本文学文化と風土A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		日本文学文化と風土B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		日本の詩歌A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		日本の詩歌B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		現代日本文学A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		現代日本文学B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		地域史(日本)A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
		地域史(日本)B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
		アジアの文学	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	基盤教育科目															

	アジアの古典	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	地域と生活	1・2・3・4前・後		2		○								兼2	
	小計（53科目）	—	0	98	0		—							兼27	—
キャリア・市民形成科目	基礎会計学	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	企業会計	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	社会人基礎力入門講義	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	社会人基礎力実践講義	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	キャリアデベロップメント論A	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	キャリアデベロップメント論B	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	インターンシップ入門	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	ボランティア活動入門	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	公務員論	1・2・3・4前・後		2		○								兼1	
	ベーシック・マーケティング	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	流通入門	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	テクニカルライティング	1・2・3・4前・後		2		○								兼1	
	アカデミックライティング	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	地球環境論	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	スポーツ健康科学実技ⅠA	1・2・3・4前		1				○		1				兼13	
	スポーツ健康科学実技ⅠB	1・2・3・4後		1				○		1				兼13	
	スポーツ健康科学実技ⅡA	1・2・3・4前		1				○		1				兼13	
	スポーツ健康科学実技ⅡB	1・2・3・4後		1				○		1				兼13	
	スポーツ健康科学実技ⅢA	1・2・3・4前		1				○		1				兼13	
	スポーツ健康科学実技ⅢB	1・2・3・4後		1				○		1				兼13	
	スポーツ健康科学講義Ⅰ	1・2・3・4前・後		2		○								兼1	
	スポーツ健康科学講義ⅡA	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	スポーツ健康科学講義ⅡB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	スポーツ健康科学演習Ⅰ	1・2・3・4前・後		2			○					2		兼1	
	企業のしくみ	1・2・3・4前・後		2		○								兼2	
	企業家論	1・2・3・4後		2		○			1						
	日本国憲法	1・2・3・4前・後		2		○								兼2	
	日本事情ⅢA	1・2・3・4前		2		○								兼1	留学生専用
	日本事情ⅢB	1・2・3・4後		2		○								兼1	留学生専用
	社会貢献活動入門	1・2・3・4前		2		○								兼2	
	情報化社会と人間	1・2・3・4前・後		2		○								兼1	
	情報倫理	1・2・3・4前・後		2		○								兼1	
	小計（32科目）	—	0	58	0		—		1	1		2		兼32	—
総合・学際科目	総合ⅠA	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	総合ⅠB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	総合ⅡA	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	総合ⅡB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	総合ⅢA	1・2・3・4前		2		○									本年度休講
	総合ⅢB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	総合ⅣA	1・2・3・4前		2		○									本年度休講
	総合ⅣB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	総合ⅤA	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	総合ⅤB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	総合ⅥA	1・2・3・4前		2		○					1				
	総合ⅥB	1・2・3・4後		2		○					1				
	総合ⅦA	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	総合ⅦB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	総合ⅧA	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	総合ⅧB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	総合ⅨA	1・2・3・4前		2		○								兼1	
	総合ⅨB	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	全学総合ⅠA	1・2・3・4前		2		○								兼3	
	全学総合ⅠB	1・2・3・4後		2		○								兼4	
	全学総合ⅡA	1・2・3・4前		2		○								兼2	
	全学総合ⅡB	1・2・3・4後		2		○								兼2	
	首都東京を学ぶ	1・2・3・4後		2		○								兼1	
	教養演習Ⅰ	2前		2			○			1				兼1	
	教養演習Ⅱ	2後		2			○			1				兼1	
	教養演習Ⅲ	3前		2			○			1				兼1	
	教養演習Ⅳ	3後		2			○			1				兼1	
	小計（27科目）	—	0	54	0		—			1	1			兼17	—
文化間コミュニケーション、	ビジネス英語ⅠA	1前	1			○				1	2			兼7	
	ビジネス英語ⅠB	1前	1			○				1	1			兼12	
	ビジネス英語ⅠC	1後	1			○				1	2			兼10	
	ビジネス英語ⅠD	1後	1			○				2	2			兼7	
	ビジネス英語ⅡA	2前・後		1		○				2	1			兼2	
	ビジネス英語ⅡB	2前・後		1		○				1				兼6	
	ビジネス英語ⅡC	2前・後		1		○				1				兼7	

シ ョ ン 分 野 科 目	ビジネス英語ⅡD	2前・後		1		○				1			兼6	
	ビジネス英語ⅡE	2前・後		1		○				1	1		兼1	
	ビジネス英語ⅡF	2前・後		1		○								本年度休講
	ビジネス英語ⅡG	2前・後		1		○								本年度休講
	ビジネス英語ⅡH	2前・後		1		○								本年度休講
	中国語Ⅰ	1・2前・後		1		○			1				兼1	
	中国語Ⅱ	1・2後		1		○			1				兼1	
	フランス語Ⅰ	1・2前		1		○							兼1	
	フランス語Ⅱ	1・2後		1		○							兼1	
	ドイツ語Ⅰ	1・2前		1		○							兼1	
	ドイツ語Ⅱ	1・2後		1		○							兼1	
	日本語ⅠAA	1前		1		○							兼2	留学生専用
	日本語ⅠAB	1後		1		○							兼2	留学生専用
	日本語ⅠBA	1前		1		○							兼2	留学生専用
	日本語ⅠBB	1後		1		○							兼2	留学生専用
	日本語ⅡA	2前		1		○							兼1	留学生専用
	日本語ⅡB	2後		1		○							兼1	留学生専用
	ビジネス日本語Ⅰ	1・2・3・4前		1		○							兼1	留学生専用
	ビジネス日本語Ⅱ	1・2・3・4後		1		○							兼1	留学生専用
	日本語と日本社会A	2前		2		○							兼1	留学生専用
	日本語と日本社会B	2後		2		○							兼1	留学生専用
	日本語と日本文化A	2前		2		○							兼1	留学生専用
	日本語と日本文化B	2後		2		○							兼1	留学生専用
	小計（30科目）	—	4	30	0	—				2	3		兼25	—
教 職 科 目	商業科指導法Ⅰ	3前		2		○							兼1	
	商業科指導法Ⅱ	3後		2		○							兼1	
	小計（2科目）	—	0	4	0	—							兼1	—
留 学 支 援 （ 英 語 特 別 教 育 ） 科 目	English for Academic PurposesⅠA Listening/Speaking	1・2・3・4前		2		○							兼1	
	English for Academic PurposesⅡA Listening/Speaking	1・2・3・4後		2		○							兼1	
	English for Academic PurposesⅠB Reading/Writing	1・2・3・4前		2		○							兼1	
	English for Academic PurposesⅡB Reading/Writing	1・2・3・4後		2		○							兼1	
	Pre-Study Abroad College Study Skills	1・2・3・4前		1		○							兼1	
	Pre-Study Abroad Basic Academic Writing	1・2・3・4後		1		○							兼1	
	Pre-Study Abroad Academic Essay Writing	1・2・3・4前		1		○							兼1	
	Business English Communication	1・2・3・4後		2		○							兼1	
	小計（8科目）	—	0	13	0	—							兼2	—
基 礎 科 目	会計基礎論	1前		2		○							兼1	
	マーケティング論	1前		2		○							兼4	
	現代のマーケティング	1後		2		○							兼4	
	経済学（ミクロ）	1前・後		2		○							兼2	
	経済学（マクロ）	1前・後		2		○							兼2	
	現代の経営	1前・後		2		○			2		1	2		
	経営学	1前・後		2		○			2		1	2		
	経営統計基礎	1前・後		2		○			2				兼2	
	小計（8科目）	—	0	16	0	—			3		2	2		—
必 修 科 目	基礎実習講義	1前・後	2			○			8	4	4	2		オムニバス
	小計（1科目）	—	2	0	0	—			8	4	4	2		—
選 択 A 群 （ コ ア ） 科 目	簿記原理ⅠA	1・2前		2		○			1				兼4	
	簿記原理ⅠB	1・2後		2		○							兼4	
	企業論	1・2前・後		2		○				1				
	経営組織論	1・2前・後		2		○				1				
	マクロ組織論	1・2前・後		2		○					1			
	ミクロ組織論	1・2前・後		2		○				1				
	企業戦略論	1・2前・後		2		○				2				
	競争戦略論	1・2前・後		2		○				2				
	意思決定論	1・2前・後		2		○			1					
	経営分析論	1・2前・後		2		○					1			
	情報処理実習A	1・2前・後		1				○					兼3	
	情報処理実習B	1・2前・後		1				○					兼2	
	基礎演習入門	1前・後		2		○				3	2	2		
	小計（13科目）	—	0	24	0	—			2	5	3	2	兼9	—
選 択 A 群 科 目	基礎演習Ⅰ	2前		2			○		10	4	5		兼28	
	基礎演習Ⅱ	2後		2			○		10	4	5		兼28	
	演習Ⅰ	3前		2			○		10	4	5		兼28	
	演習Ⅱ	3後		2			○		10	4	5		兼28	
	演習Ⅲ	4前		2			○		10	4	5		兼28	
	演習Ⅳ	4後		2			○		10	4	5		兼28	
	卒業論文	4後		4			○		10	4	5		兼28	
	経営学特別講義A	1・2・3・4後		2		○					1			
	経営学特別講義B	1・2・3・4後		2		○					1			
	経営学特別講義C	1・2・3・4後		2		○					1			

専門教育科目	ビジネスプラン	3・4後		2		○			1				兼1	
	グローバル戦略論	3・4後		2		○							兼1	
	国際経営論	3・4後		2		○								
	企業研究実習講義	3・4前		2		○		1						
	ケース分析実習講義	3・4後		2		○			1					
	経営学特講A	2後		2		○				1				
	経営学特講B	2前		2		○								本年度休講
	経営学特講C	2前		2		○								本年度休講
	経営学特講D	2後		2		○								本年度休講
	経営学特講E	2前		2		○								本年度休講
	経営学特講F	2後		2		○								本年度休講
	プログラミング実習講義	3・4後		2		○						兼1		
	経営統計実習講義	3・4後		2		○						兼1		
	ゲーム理論	3・4後		2		○		1						
	生産マネジメント技法	3・4後		2		○		1						
	企業評価論	3・4後		2		○				1				
	経営財務論	2前		2		○				1				
	投資決定論	3・4後		2		○				1				
	ソーシャルビジネス実習講義	2前		2		○						兼1		
小計（100科目）		—	0	202	0	—			10	6	7		兼42	—
選択B群（経営学部内他学科）科目	消費者行動入門	1前		2		○							兼3	
	マーケティング・リサーチ論	1前		2		○							兼1	
	流通論	1前		2		○							兼1	
	マーケティング学説史	2・3・4前		2		○							兼1	
	マーケティング史	1前		2		○							兼1	
	現代のマーケティング・リサーチ	1前		2		○							兼1	
	現代の流通	1後		2		○							兼1	
	広告論	2前		2		○							兼1	
	マーケティング・サイエンス論	2前・後		2		○							兼2	
	サービス・マーケティング論	2前・後		2		○							兼2	
	現代の広告	2・3・4前		2		○							兼1	
	ファッション・マーケティング論	2・3・4前		2		○							兼1	
	現代のファッション・マーケティング	2・3・4後		2		○							兼1	
	ダイレクト・マーケティング論	2・3・4前		2		○							兼1	
	インターネット・マーケティング	2・3・4前		2		○							兼1	
	消費者行動論	2・3・4前		2		○							兼1	
	現代の消費者行動	2・3・4前・後		2		○							兼1	
	現代のマーケティング・サイエンス	2・3・4前・後		2		○							兼2	
	小売経営論	2・3・4前		2		○							兼1	
	卸売経営論	2・3・4後		2		○							兼1	
	サービス・マネジメント	2・3・4後		2		○							兼2	
	リレーションシップ・マーケティング	2・3・4後		2		○							兼1	
	物流論	2・3・4前		2		○							兼1	
	チャネル戦略論	2・3・4前		2		○							兼1	
	現代のチャネル戦略	2・3・4後		2		○							兼1	
	国際マーケティング論	2・3・4前		2		○							兼1	
	グローバル・マーケティング論	2・3・4前		2		○							兼1	
	マーケティング特講A	2・3・4前		2		○				1			兼1	
	マーケティング特講B	2・3・4後		2		○				1				
	マーケティングデータ分析論	2・3・4前・後		2		○							兼2	
	マーケティング特講C	2・3・4前		2		○					1		兼1	
	チェーンストア経営論	2・3・4前		2		○							兼1	
	マーチャンダイジング論	2・3・4後		2		○							兼1	
	マーケティング特講D	2・3・4後		2		○							兼1	
	会計学総論基礎	1前		2		○							兼2	
	会計学総論応用	1後		2		○							兼2	
	アカウンティング特講A	1前・後		2		○							兼1	
	原価計算論応用	2・3・4後		2		○							兼2	
	管理会計論応用	2・3・4後		2		○							兼2	
	財務会計論応用	2・3・4後		2		○							兼1	
	アカウンティング特講B	2・3・4前		2		○							兼1	
	アカウンティング特講C	2・3・4前		2		○							兼1	
	税務会計論基礎	2・3・4前		2		○							兼1	
	税務会計論応用	2・3・4後		2		○							兼1	
	国際会計論	2・3・4前・後		2		○							兼1	
	会計監査論	2・3・4後		2		○							兼1	
	アカウンティング特講D	2・3・4後		2		○							兼2	
	アカウンティング特講E	2・3・4後		2		○							兼1	
	アカウンティング特講F	2・3・4後		2		○								本年度休講
	応用マクロ経済学	2・3・4前		2		○							兼1	
	応用ミクロ経済学	2・3・4前		2		○							兼1	

		金融論	1前		2		○							兼1	
		金融システム論	1後		2		○							兼1	
		ファイナンス入門	1前		2		○							兼1	
		ファイナンス論	1後		2		○							兼1	
		ファイナンス数学基礎	1前・後		2		○							兼2	
		ファイナンス数学応用	1前・後		2		○							兼2	
		生命保険論	2・3・4後		2		○							兼1	
		損害保険論	2・3・4前		2		○							兼1	
		銀行論	2・3・4後		2		○							兼1	
		国際金融論	2・3・4前		2		○							兼1	
		貿易論	2・3・4後		2		○							兼1	
		企業金融論	2・3・4後		2		○							兼1	
		ファイナンス情報処理特論	2・3・4前		2		○							兼1	
		ファイナンス特講A	2・3・4前		2		○							兼1	
		ファイナンス特講B	2・3・4前		2		○							兼1	
		ファイナンス特講C	2・3・4前		2		○							兼1	
		ファイナンス特講D	2・3・4後		2		○							兼1	
		ファイナンス特講E	2・3・4前		2		○							兼1	
		ファイナンス特講F	2・3・4後		2		○			1					
		ファイナンス特講G	2・3・4前		2		○								本年度休講
		ファイナンス特講H	2・3・4後		2		○								本年度休講
		国際ビジネス特講A	2・3・4前		2		○								本年度休講
		国際ビジネス特講B	2・3・4後		2		○								本年度休講
		証券投資入門	2・3・4前		2		○							兼1	
		証券投資論	2・3・4後		2		○							兼1	
		年金論	2・3・4後		2		○							兼1	
		小計（77科目）	－	0	154	0	－			1	1			兼37	－
	選択B群科目	民法A	2・3・4前		2		○							兼1	
		民法B	2・3・4後		2		○							兼1	
		会社法A	2・3・4前		2		○							兼1	
		会社法B	2・3・4後		2		○							兼1	
		商法A	2・3・4前		2		○							兼2	
		商法B	2・3・4後		2		○							兼2	
		金融商品取引法A	2・3・4前		2		○							兼1	
		金融商品取引法B	2・3・4後		2		○							兼1	
		国際経済論	2・3・4前		2		○							兼1	
		産業組織論A	2・3・4後		2		○							兼1	
		産業組織論B	2・3・4前		2		○							兼1	
		職業指導A	2・3・4後		2		○							兼1	
		職業指導B	2・3・4前		2		○							兼1	
		アジア経営事情	2・3・4前		2		○							兼1	
		政治学原論A	2・3・4前		2		○							兼2	
		政治学原論B	2・3・4後		2		○							兼2	
		租税法A	2・3・4前		2		○							兼1	
		租税法B	2・3・4後		2		○							兼1	
		経済法A	2・3・4前		2		○							兼1	
		経済法B	2・3・4後		2		○							兼1	
		小計（20科目）	－	0	40	0	－							兼13	－
	教職科目	自然地理学A	1・2前		2		○							兼2	
		自然地理学B	1・2後		2		○							兼2	
		外国史A	1・2前		2		○							兼2	
		外国史B	1・2後		2		○							兼2	
		人文地理学A	1・2前		2		○							兼3	
		人文地理学B	1・2後		2		○							兼3	
		地誌学A	1・2前		2		○							兼3	
		地誌学B	1・2後		2		○							兼3	
		日本史A	1・2前		2		○							兼2	
		日本史B	1・2後		2		○							兼2	
		哲学概説A	3・4前		2		○							兼2	
		哲学概説B	3・4後		2		○							兼2	
		倫理学概説A	3・4前		2		○							兼2	
		倫理学概説B	3・4後		2		○							兼2	
		コンピュータ・リテラシー	1・2前・後		2		○							兼1	
		小計（15科目）	－	0	0	30	－							兼15	－
		合計（465科目）	－	6	851	30	－			11	8	7	2	兼231	
	学位又は称号	学士（経営学）		学位又は学科の分野				経営学関係							

卒 業 要 件 及 び 履 修 方 法	授業期間等	
必修科目6単位、基盤教育科目から24単位以上（内、哲学・思想科目から2単位以上、文化間コミュニケーション分野科目から4単位以上を修得）、専門教育科目から80単位以上（内、基礎科目から10単位以上、選択A群科目から60単位以上（コア科目から16単位以上を含む）を修得）を修得し、124単位以上修得すること。 （履修科目の登録の上限：44単位（年間））	1 学年の学期区分	2学期
	1 学期の授業期間	15週
	1 時限の授業時間	90分

- （注）
- 1 学部等，研究科等若しくは高等専門学校の学科の設置又は大学における通信教育の開設の届出を行おうとする場合には，授与する学位の種類及び分野又は学科の分野が同じ学部等，研究科等若しくは高等専門学校の学科（学位の種類及び分野の変更等に関する基準（平成十五年文部科学省告示第三十九号）別表第一備考又は別表第二備考に係るものを含む。）についても作成すること。
 - 2 私立の大学若しくは高等専門学校の収容定員に係る学則の変更の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合，大学等の設置者の変更の認可を受けようとする場合又は大学等の廃止の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合は，この書類を作成する必要はない。
 - 3 開設する授業科目に応じて，適宜科目区分の枠を設けること。
 - 4 「授業形態」の欄の「実験・実習」には，実技も含むこと。

教 育 課 程 等 の 概 要														
（経営学部マーケティング学科）														
科目 区分	授業科目の名称	配当年次	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考
			必修	選択	自由	講義	演習	実験・実習	教授	准教授	講師	助教	助手	
哲学・思想科目	東洋思想	1・2・3・4後		2		○								兼1
	科学思想史A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	科学思想史B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	地球倫理A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	地球倫理B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	哲学A	1・2・3・4前		2		○								兼4
	哲学B	1・2・3・4後		2		○								兼4
	哲学史A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	哲学史B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	倫理学基礎論A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	倫理学基礎論B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	応用倫理学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	応用倫理学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	論理学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	論理学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	ロジカルシンキング入門	1・2・3・4前		2		○								兼3
	クリティカルシンキング入門	1・2・3・4後		2		○								兼3
	宗教学ⅠA	1・2・3・4前		2		○								兼1
	宗教学ⅠB	1・2・3・4後		2		○								兼1
	宗教学ⅡA	1・2・3・4前		2		○								兼1
	宗教学ⅡB	1・2・3・4後		2		○								兼1
	井上円了と東洋大学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	井上円了と東洋大学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	小計（23科目）	—	0	46	0	—								兼17
学問の基礎科目	音楽学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	音楽学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	天文学A	1・2・3・4前		2		○								兼3
	天文学B	1・2・3・4後		2		○								兼3
	天文学実習講義A	1・2・3・4前		2				○						兼1
	天文学実習講義B	1・2・3・4後		2				○						兼1
	生物学A	1・2・3・4前		2		○			1					兼1
	生物学B	1・2・3・4後		2		○			1					兼1
	生物学実験講義A	1・2・3・4前		2				○	1					兼1
	生物学実験講義B	1・2・3・4後		2				○	1					兼1
	物質の科学A	1・2・3・4前		2		○								兼2
	物質の科学B	1・2・3・4後		2		○								兼2
	化学実験講義A	1・2・3・4前		2				○						兼1
	化学実験講義B	1・2・3・4後		2				○						兼1
	自然誌A	1・2・3・4前		2		○								兼3
	自然誌B	1・2・3・4後		2		○								兼3
	人類学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	人類学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	地球の科学A	1・2・3・4前		2		○								兼5
	地球の科学B	1・2・3・4後		2		○								兼5
	地球科学実験講義A	1・2・3・4前		2				○						兼1
	地球科学実験講義B	1・2・3・4後		2				○						兼1
	統計学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	統計学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	経済学A	1・2・3・4前		2		○								兼3
	経済学B	1・2・3・4後		2		○								兼3
	エネルギーの科学A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	エネルギーの科学B	1・2・3・4後		2		○								兼1
	環境の科学A	1・2・3・4前		2		○								兼3
	環境の科学B	1・2・3・4後		2		○								兼3
	美術史A	1・2・3・4前		2		○								兼1
	美術史B	1・2・3・4後		2		○								兼1

基礎教育科目	国際人の形成科目	地理学A	1・2・3・4前	2		○								兼3	
		地理学B	1・2・3・4後	2		○								兼3	
		歴史の諸問題A	1・2・3・4前	2		○								兼2	
		歴史の諸問題B	1・2・3・4後	2		○								兼2	
		法学A	1・2・3・4前	2		○								兼5	
		法学B	1・2・3・4後	2		○								兼5	
		自然の数理A	1・2・3・4前	2		○								兼2	
		自然の数理B	1・2・3・4後	2		○								兼2	
		生活と物理A	1・2・3・4前	2		○								兼2	
		生活と物理B	1・2・3・4後	2		○								兼2	
		物理学実験講義A	1・2・3・4前	2				○						兼1	
		物理学実験講義B	1・2・3・4後	2				○						兼1	
		政治学A	1・2・3・4前	2		○								兼2	
		政治学B	1・2・3・4後	2		○								兼2	
		心理学A	1・2・3・4前	2		○								兼4	
		心理学B	1・2・3・4後	2		○								兼4	
		自然科学概論A	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		自然科学概論B	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		自然科学演習A	2・3・4前	2			○		1					兼5	
		自然科学演習B	2・3・4後	2			○		1					兼5	
		社会学A	1・2・3・4前	2		○								兼4	
		社会学B	1・2・3・4後	2		○								兼3	
		数理・情報実習講義A	1・2・3・4前	2				○						兼1	
		数理・情報実習講義B	1・2・3・4後	2				○						兼1	
		小計（56科目）	—	0	112	0	—		1					兼45	—
	国際人の形成科目	地域文化研究ⅠA	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		地域文化研究ⅠB	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		地域文化研究ⅡA	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		地域文化研究ⅡB	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		地域文化研究ⅢA	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		地域文化研究ⅢB	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		西欧文学A	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		西欧文学B	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		国際比較論A	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		国際比較論B	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		地域史（東洋）A	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		地域史（東洋）B	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		地域史（西洋）A	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		地域史（西洋）B	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		日本事情ⅠA	1・2・3・4前	2		○								兼1	留学生専用
		日本事情ⅠB	1・2・3・4後	2		○								兼1	留学生専用
		国際キャリア概論	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		留学のすすめ	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		海外研修Ⅰ	1・2・3・4前	2				○						兼2	
		海外研修Ⅱ	1・2・3・4後	2				○						兼2	
		海外実習Ⅰ	1・2・3・4前	2				○						兼2	
		海外実習Ⅱ	1・2・3・4後	2				○						兼2	
		短期海外研修Ⅰ	1・2・3・4前	1				○						兼1	
		短期海外研修Ⅱ	1・2・3・4後	1				○						兼1	
		短期海外研修Ⅲ	1・2・3・4前	1				○						兼1	
		短期海外研修Ⅳ	1・2・3・4後	1				○						兼1	
		短期海外実習Ⅰ	1・2・3・4前	1				○						兼1	
		短期海外実習Ⅱ	1・2・3・4後	1				○						兼1	
		短期海外実習Ⅲ	1・2・3・4前	1				○						兼1	
		短期海外実習Ⅳ	1・2・3・4後	1				○						兼1	
		国際教育論A	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		国際教育論B	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		多文化共生論A	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		多文化共生論B	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		国際関係入門	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		日本の文化と社会	1・2・3・4前	2		○								兼1	留学生専用
		日本事情ⅡA	1・2・3・4前	2		○								兼1	留学生専用
		日本事情ⅡB	1・2・3・4後	2		○								兼1	留学生専用
		百人一首の文化史A	1・2・3・4前	2		○								兼1	
		百人一首の文化史B	1・2・3・4後	2		○								兼1	
		日本の昔話A	1・2・3・4前	2		○								兼1	

	日本の昔話B	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	日本文学文化と風土A	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	日本文学文化と風土B	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	日本の詩歌A	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	日本の詩歌B	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	現代日本文学A	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	現代日本文学B	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	地域史(日本)A	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	地域史(日本)B	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	アジアの文学	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	アジアの古典	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	地域と生活	1・2・3・4後	2	○									兼2	
	小計 (53科目)	—	0	98	0	—							兼27	—
キャリア・市民形成科目	基礎会計学	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	企業会計	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	社会人基礎力入門講義	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	社会人基礎力実践講義	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	キャリアアデバロップメント論A	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	キャリアアデバロップメント論B	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	インターンシップ入門	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	ボランティア活動入門	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	公務員論	1・2・3・4前・後	2	○									兼1	
	ベーシック・マーケティング	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	流通入門	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	テクニカルライティング	1・2・3・4前・後	2	○									兼1	
	アカデミックライティング	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	地球環境論	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	スポーツ健康科学実技ⅠA	1・2・3・4前	1			○							兼14	
	スポーツ健康科学実技ⅠB	1・2・3・4後	1			○							兼14	
	スポーツ健康科学実技ⅡA	1・2・3・4前	1			○							兼14	
	スポーツ健康科学実技ⅡB	1・2・3・4後	1			○							兼14	
	スポーツ健康科学実技ⅢA	1・2・3・4前	1			○							兼14	
	スポーツ健康科学実技ⅢB	1・2・3・4後	1			○							兼14	
	スポーツ健康科学講義Ⅰ	1・2・3・4前・後	2	○									兼1	
	スポーツ健康科学講義ⅡA	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	スポーツ健康科学講義ⅡB	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	スポーツ健康科学演習Ⅰ	1・2・3・4前・後	2			○			1					
	企業のしくみ	1・2・3・4前	2	○									兼4	
	企業家論	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	日本国憲法	1・2・3・4前・後	2	○									兼2	
	日本事情ⅢA	1・2・3・4前	2	○									兼1	留学生専用
	日本事情ⅢB	1・2・3・4後	2	○									兼1	留学生専用
	社会貢献活動入門	1・2・3・4前	2	○									兼2	
	情報化社会と人間	1・2・3・4前・後	2	○									兼1	
	情報倫理	1・2・3・4前・後	2	○									兼1	
	小計 (32科目)	—	0	58	0	—			1				兼35	—
総合・学際科目	総合ⅠA	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	総合ⅠB	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	総合ⅡA	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	総合ⅡB	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	総合ⅢA	1・2・3・4前	2	○										本年度休講
	総合ⅢB	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	総合ⅣA	1・2・3・4前	2	○										本年度休講
	総合ⅣB	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	総合ⅤA	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	総合ⅤB	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	総合ⅥA	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	総合ⅥB	1・2・3・4後	2	○									兼1	
	総合ⅦA	1・2・3・4前	2	○									兼1	
	総合ⅦB	1・2・3・4後	2	○									兼1	

	総合ⅦA	1・2・3・4前	2		○								兼1	
	総合ⅦB	1・2・3・4後	2		○								兼1	
	総合ⅨA	1・2・3・4前	2		○								兼1	
	総合ⅨB	1・2・3・4後	2		○								兼1	
	全学総合ⅠA	1・2・3・4前	2		○								兼3	
	全学総合ⅠB	1・2・3・4後	2		○								兼4	
	全学総合ⅡA	1・2・3・4前	2		○								兼2	
	全学総合ⅡB	1・2・3・4後	2		○								兼2	
	首都東京を学ぶ	1・2・3・4後	2		○								兼1	
	教養演習Ⅰ	2前	2			○							兼1	
	教養演習Ⅱ	2後	2			○							兼1	
	教養演習Ⅲ	3前	2			○							兼1	
	教養演習Ⅳ	3後	2			○							兼1	
	小計（27科目）	—	0	54	0	—							兼18	—
文化間コミュニケーション分野科目	ビジネス英語ⅠA	1前	1		○			1					兼10	
	ビジネス英語ⅠB	1前	1		○								兼13	
	ビジネス英語ⅠC	1後	1		○								兼13	
	ビジネス英語ⅠD	1後	1		○								兼11	
	ビジネス英語ⅡA	2前・後	1		○								兼5	
	ビジネス英語ⅡB	2前・後	1		○								兼7	
	ビジネス英語ⅡC	2前・後	1		○								兼8	
	ビジネス英語ⅡD	2前・後	1		○			1					兼6	
	ビジネス英語ⅡE	2前・後	1		○								兼3	
	ビジネス英語ⅡF	2前・後	1		○									本年度休講
	ビジネス英語ⅡG	2前・後	1		○									本年度休講
	ビジネス英語ⅡH	2前・後	1		○									本年度休講
	中国語Ⅰ	1・2前	1		○								兼2	
	中国語Ⅱ	1・2後	1		○								兼2	
	フランス語Ⅰ	1・2前	1		○								兼1	
	フランス語Ⅱ	1・2後	1		○								兼1	
	ドイツ語Ⅰ	1・2前	1		○								兼1	
	ドイツ語Ⅱ	1・2後	1		○								兼1	
	日本語ⅠAA	1前	1		○								兼2	留学生専用
	日本語ⅠAB	1後	1		○								兼2	留学生専用
	日本語ⅠBA	1前	1		○								兼2	留学生専用
	日本語ⅠBB	1後	1		○								兼2	留学生専用
	日本語ⅡA	2前	1		○								兼1	留学生専用
	日本語ⅡB	2後	1		○								兼1	留学生専用
	ビジネス日本語Ⅰ	1・2・3・4前	1		○								兼1	留学生専用
	ビジネス日本語Ⅱ	1・2・3・4後	1		○								兼1	留学生専用
	日本語と日本社会A	2前	2		○								兼1	留学生専用
	日本語と日本社会B	2後	2		○								兼1	留学生専用
	日本語と日本文化A	2前	2		○								兼1	留学生専用
	日本語と日本文化B	2後	2		○								兼1	留学生専用
	小計（30科目）	—	4	30	0	—							兼30	—
教職科目	商業科指導法Ⅰ	3前	2		○								兼1	
	商業科指導法Ⅱ	3後	2		○								兼1	
	小計（2科目）	—	0	4	0	—							兼1	—
留学支援（英語特別教育）科目	English for Academic PurposesⅠA Listening/Speaking	1・2・3・4前	2		○								兼1	
	English for Academic PurposesⅡA Listening/Speaking	1・2・3・4後	2		○								兼1	
	English for Academic PurposesⅠB Reading/Writing	1・2・3・4前	2		○								兼1	
	English for Academic PurposesⅡB Reading/Writing	1・2・3・4後	2		○								兼1	
	Pre-Study Abroad College Study Skills	1・2・3・4前	1		○								兼1	
	Pre-Study Abroad Basic Academic Writing	1・2・3・4後	1		○								兼1	
	Pre-Study Abroad Academic Essay Writing	1・2・3・4前	1		○								兼1	
	Business English Communication	1・2・3・4後	2		○								兼1	
	小計（8科目）	—	0	13	0	—							兼2	—
基礎科目	会計基礎論	1前	2		○			2		2			兼1	
	マーケティング論	1前	2		○									
	現代のマーケティング	1後	2		○			2		2				
	経済学（ミクロ）	1前・後	2		○								兼2	
	経済学（マクロ）	1前・後	2		○								兼2	
	現代の経営	1前・後	2		○								兼4	
	経営学	1前・後	2		○								兼4	
	経営統計基礎	1前・後	2		○								兼4	
	小計（8科目）	—	0	16	0	—		2		2			兼13	—

必修科目	基礎実習講義	1前	2			○			1	1	2	1			オムニバス
	マーケティングデータ分析入門	1後	2			○			1		3	1			
	小計（2科目）	－	4	0	0		－		2	1	3	1			－
選択A群（コア）科目	消費者行動入門	1前		2		○					2	1			
	マーケティング・リサーチ論	1前		2		○			1						
	流通論	1前		2		○			1						
	製品戦略論	2前		2		○				1					
	広告論	2前		2		○				1					
	ブランド戦略	2後		2		○				1					
	マーケティング・サイエンス論	2前・後		2		○					2				
	サービス・マーケティング論	2前・後		2		○				1				兼1	
	小計（8科目）	－		0	16	0		－	2	3	4	1		兼1	－
選択A群科目	基礎演習Ⅰ	2前		2			○		5	3	4			兼35	
	基礎演習Ⅱ	2後		2			○		5	3	4			兼35	
	演習Ⅰ	3前		2			○		5	3	4			兼35	
	演習Ⅱ	3後		2			○		5	3	4			兼35	
	演習Ⅲ	4前		2			○		5	3	4			兼35	
	演習Ⅳ	4後		2			○		5	3	4			兼35	
	卒業論文	4後		4			○		5	3	4			兼35	
	簿記原理ⅠA	1前		2			○							兼4	
	簿記原理ⅠB	1後		2			○							兼4	
	会計学総論基礎	1前		2			○							兼2	
	簿記原理ⅡA	2・3・4前		2			○							兼3	
	簿記原理ⅡB	2・3・4後		2			○							兼3	
	原価計算論基礎	2・3・4前		2			○							兼1	
	財務会計論基礎	2・3・4前		2			○							兼1	
	マーケティング学説史	2・3・4後		2			○							兼1	
	マーケティング史	1前		2			○							兼1	
	現代のマーケティング・リサーチ	1前		2			○		1						
	現代の流通	1後		2			○		1						
	現代の広告	2・3・4前		2			○			1					
	ファッション・マーケティング論	2・3・4前		2			○		1						
	現代のファッション・マーケティング	2・3・4後		2			○		1						
	ダイレクト・マーケティング論	2・3・4前		2			○		1						
	インターネット・マーケティング	2・3・4前		2			○			1					
	消費者行動論	2・3・4前		2			○		1						
	現代の消費者行動	2・3・4前・後		2			○		1						
	現代のマーケティング・サイエンス	2・3・4前・後		2			○				2				
	小売経営論	2・3・4前		2			○		1						
	卸売経営論	2・3・4後		2			○		1						
	サービス・マネジメント	2・3・4後		2			○			1				兼1	
	リレーションシップ・マーケティング	2・3・4後		2			○			1					
	物流論	2・3・4前		2			○							兼1	
	サプライチェーン・マネジメント	2・3・4後		2			○							兼1	
	チャネル戦略論	2・3・4前		2			○		1						
	現代のチャネル戦略	2・3・4後		2			○		1						
	国際マーケティング論	2・3・4前		2			○							兼1	
	グローバル・マーケティング論	2・3・4前		2			○							兼1	
	マーケティング特講A	2・3・4前		2			○					1		兼1	
	マーケティング特講B	2・3・4後		2			○							兼1	
	マーケティングデータ分析論	2・3・4前・後		2			○				2				
	現代のマーケティングデータ分析	2・3・4前		2			○				1				
	マーケティング特講C	2・3・4前		2			○							兼2	
	チェーンストア経営論	2・3・4前		2			○							兼1	
	マーチャンダイジング論	2・3・4後		2			○							兼1	
	マーケティング特講D	2・3・4後		2			○				1				
	経営学特別講義A	1・2・3・4後		2			○							兼1	
	経営学特別講義B	1・2・3・4後		2			○							兼1	
	経営学特別講義C	1・2・3・4後		2			○							兼1	
	英語で学ぶグローバルビジネスA	1・2前		2			○							兼1	
	英語で学ぶグローバルビジネスB	1・2後		2			○							兼1	
	異文化間コミュニケーションA	1・2前・後		2			○							兼1	
	異文化間コミュニケーションB	1・2前・後		2			○							兼1	
	ビジネス・コミュニケーションA	1・2前・後		2			○		1						
	ビジネス・コミュニケーションB	1・2前・後		2			○		1						
	ビジネス・プレゼンテーションA	1・2前		2			○							兼3	

専門教育科目		ビジネス・プレゼンテーションB	1・2後	2	○										兼3	
		GBCセミナーⅠ	2・3・4前	2	○										兼5	
		GBCセミナーⅡ	2・3・4後	2	○										兼5	
		GBCセミナーⅢ	2・3・4前	2	○										兼5	
		GBCセミナーⅣ	2・3・4後	2	○										兼5	
		GBCセミナーⅤ	2・3・4前	2	○										兼5	
		GBCセミナーⅥ	2・3・4後	2	○										兼5	
		GBCセミナーⅦ	2・3・4前・後	2	○					1					兼1	
		GBCセミナーⅧ	2・3・4前・後	2	○											
		GBCセミナーⅨ	2・3・4前・後	2	○										兼1	
		GBCセミナーⅩ	2・3・4後	2	○										兼1	
		GBCセミナーⅪ	2・3・4前・後	2	○										兼1	
		GBCセミナーⅫ	2・3・4後	2	○										兼1	
		ビジネス・ライティングA	3・4前	2	○										兼1	
		ビジネス・ライティングB	3・4後	2	○										兼1	
		ビジネス・ネゴシエーションA	3・4前	2	○										兼1	
		ビジネス・ネゴシエーションB	3・4後	2	○										兼1	
		ビジネス・ニュース英語A	3・4前	2	○										兼1	
		ビジネス・ニュース英語B	3・4後	2	○										兼1	
		企業論	1前・後	2	○										兼1	
		経営組織論	1前・後	2	○										兼1	
		ミクロ組織論	1前・後	2	○										兼1	
		企業戦略論	1前・後	2	○										兼2	
		競争戦略論	1前・後	2	○										兼2	
		情報処理実習A	1前・後	1			○		1						兼2	
		情報処理実習B	1前・後	1			○								兼2	
		経営史	2前	2	○										兼1	
		中小企業経営論	2前	2	○										兼1	
		情報処理概論A	2前	2	○										兼1	
		情報処理概論B	2後	2	○										兼1	
		経営統計	2後	2	○										兼1	
		経営データ分析実習講義	2後	2	○										兼1	
		海外企業実地研修Ⅰ	1・2・3・4後	2			○			1						
		海外企業実地研修Ⅱ	1・2・3・4後	2			○			1						
		海外経営研修	1・2・3・4後	2			○								兼1	
		グループ経営論	3・4後	2	○										兼1	
		日本経営史	3・4後	2	○										兼1	
		ビジネスプラン	3・4後	2	○										兼1	
		プログラミング実習講義	3・4後	2	○										兼1	
		経営統計実習講義	3・4後	2	○										兼1	
		経営財務論	2前	2	○										兼1	
		投資決定論	3・4後	2	○										兼1	
		ソーシャルビジネス実習講義	2・3・4前	2	○										兼1	
		小計（97科目）	—	0	194	0	—		6	3	4	1			兼59	—
	選択B群（経営学部内他学科）科目	マクロ組織論	1・2前・後	2	○										兼1	
		意思決定論	1・2前・後	2	○										兼1	
		経営分析論	1・2前・後	2	○										兼1	
		人的資源管理論	2前	2	○										兼1	
		現代経営管理思想史	2後	2	○										兼1	
		経営学史	2前	2	○										兼1	
		コンプライアンス経営論	3・4後	2	○										兼1	
		公共経営論	2後	2	○										兼1	
		組織経済学	2前	2	○										兼1	
		行動科学	2前	2	○										兼1	
		コーポレートガバナンス論	2前	2	○										兼1	
		経営戦略論	2後	2	○										兼1	
		イノベーション・マネジメント	2後	2	○										兼1	
		ベンチャー企業論	2後	2	○										兼1	
		技術経営	2後	2	○										兼1	
		国際経営基礎論	2前	2	○										兼1	
		経営情報論	2前	2	○										兼1	
		情報システム論	3・4後	2	○										兼1	
		経営数学	2後	2	○										兼1	
		経営科学	2前	2	○										兼1	
		数理的決定論	2前	2	○										兼1	
		アジア経営事情	2・3・4前	2	○										兼1	

人的資源開発論	3・4後	2	○																兼1	
産業心理学	3・4後	2	○																兼1	
生産システム論	3・4前	2	○																兼1	
オペレーションズ・マネジメント	3・4前	2	○																兼1	
品質マネジメント	3・4後	2	○																兼1	
知的財産マネジメント	3・4前	2	○																兼1	
起業支援論	3・4前	2	○																兼1	
グローバル戦略論	3・4後	2	○																兼1	
国際経営論	3・4後	2	○																兼1	
企業研究実習講義	3・4前	2	○																兼1	
ケース分析実習講義	3・4後	2	○																兼1	
経営学特講A	2後	2	○																兼1	
経営学特講B	2前	2	○																	本年度休講
経営学特講C	2前	2	○																	本年度休講
経営学特講D	2後	2	○																	本年度休講
経営学特講E	2前	2	○																	本年度休講
経営学特講F	2後	2	○																	本年度休講
ゲーム理論	3・4後	2	○																兼1	
生産マネジメント技法	3・4後	2	○																兼1	
企業評価論	3・4後	2	○																兼1	
租税法A	2・3・4前	2	○																兼1	
租税法B	2・3・4後	2	○																兼1	
国際経済論	2・3・4前	2	○																兼1	
金融商品取引法A	2・3・4前	2	○																兼1	
金融商品取引法B	2・3・4後	2	○																兼1	
会計学総論応用	1後	2	○																兼2	
アカウンティング特講A	1前・後	2	○																兼1	
原価計算論応用	2・3・4後	2	○																兼1	
管理会計論基礎	2・3・4前	2	○																兼1	
管理会計論応用	2・3・4後	2	○																兼1	
財務会計論応用	2・3・4後	2	○																兼1	
経営監査論	2・3・4前	2	○																兼1	
会計監査論	2・3・4後	2	○																兼1	
アカウンティング特講B	2・3・4前	2	○																兼1	
アカウンティング特講C	2・3・4前	2	○																兼1	
税務会計論基礎	2・3・4前	2	○																兼1	
税務会計論応用	2・3・4後	2	○																兼1	
国際会計論	2・3・4前・後	2	○																兼1	
アカウンティング特講D	2・3・4後	2	○																兼2	
アカウンティング特講E	2・3・4後	2	○																兼1	
アカウンティング特講F	2・3・4後	2	○																	本年度休講
応用マクロ経済学	2・3・4前	2	○																兼1	
応用ミクロ経済学	2・3・4前	2	○																兼1	
金融論	1前	2	○																兼1	
金融システム論	1後	2	○																兼1	
ファイナンス入門	1前	2	○																兼1	
ファイナンス論	1後	2	○																兼1	
ファイナンス数学基礎	1前・後	2	○																兼2	
ファイナンス数学応用	1前・後	2	○																兼2	
生命保険論	2・3・4後	2	○																兼1	
損害保険論	2・3・4前	2	○																兼1	
銀行論	2・3・4後	2	○																兼1	
国際金融論	2・3・4前	2	○																兼1	
貿易論	2・3・4後	2	○																兼1	
企業金融論	2・3・4後	2	○																兼1	
ファイナンス情報処理特論	2・3・4前	2	○																兼1	
ファイナンス特講A	2・3・4前	2	○																兼2	
ファイナンス特講B	2・3・4前	2	○																兼2	
ファイナンス特講C	2・3・4前	2	○																兼1	
ファイナンス特講D	2・3・4後	2	○																兼1	
ファイナンス特講E	2・3・4前	2	○																兼1	
ファイナンス特講F	2・3・4後	2	○																兼1	
ファイナンス特講G	2・3・4前	2	○																	本年度休講
ファイナンス特講H	2・3・4後	2	○																	本年度休講
国際ビジネス特講A	2・3・4前	2	○																	本年度休講
国際ビジネス特講B	2・3・4後	2	○																	本年度休講

	証券投資入門		2・3・4前		2		○								兼1	
	証券投資論		2・3・4後		2		○								兼1	
	年金論		2・3・4後		2		○								兼1	
	小計（91科目）		—	0	182	0	—								兼42	—
選択 B 群 科 目	民法A		2・3・4前		2		○								兼1	
	民法B		2・3・4後		2		○								兼1	
	会社法A		2・3・4前		2		○								兼1	
	会社法B		2・3・4後		2		○								兼1	
	商法A		2・3・4前		2		○								兼1	
	商法B		2・3・4後		2		○								兼1	
	産業組織論A		2・3・4前		2		○								兼1	
	産業組織論B		2・3・4後		2		○								兼1	
	職業指導A		2・3・4前		2		○								兼1	
	職業指導B		2・3・4後		2		○								兼1	
	政治学原論A		2・3・4前		2		○								兼2	
	政治学原論B		2・3・4後		2		○								兼2	
	経済法A		2・3・4前		2		○								兼1	
	経済法B		2・3・4後		2		○								兼1	
小計（14科目）		—	0	28	0	—								兼9	—	
教 職 科 目	自然地理学A		1・2前			2	○								兼2	
	自然地理学B		1・2後			2	○								兼2	
	外国史A		1・2前			2	○								兼2	
	外国史B		1・2後			2	○								兼2	
	人文地理学A		1・2前			2	○								兼3	
	人文地理学B		1・2後			2	○								兼3	
	地誌学A		1・2前			2	○								兼3	
	地誌学B		1・2後			2	○								兼3	
	日本史A		1・2前			2	○								兼2	
	日本史B		1・2後			2	○								兼2	
	哲学概説A		3・4前			2	○								兼2	
	哲学概説B		3・4後			2	○								兼2	
	倫理学概説A		3・4前			2	○								兼2	
	倫理学概説B		3・4後			2	○								兼2	
	コンピュータ・リテラシー		1・2前・後			2	○								兼1	
	小計（15科目）		—	0	0	30	—								兼15	—
合計（465科目）			—	8	851	30	—			7	4	4	1		兼244	
学位又は称号		学士（経営学）		学位又は学科の分野				経営学関係								
卒業要件及び履修方法								授業期間等								
必修科目8単位、基盤教育科目から24単位以上（内、哲学・思想科目から2単位以上、文化間コミュニケーション分野科目から4単位以上を修得）、専門教育科目から80単位以上（内、基礎科目から10単位以上、選択A群科目から60単位以上（コア科目から10単位以上を含む）を修得）を修得し、124単位以上修得すること。 （履修科目の登録の上限：44単位（年間））								1 学年の学期区分				2学期				
								1 学期の授業期間				15週				
								1 時限の授業時間				90分				

- （注）
- 1 学部等，研究科等若しくは高等専門学校の学科の設置又は大学における通信教育の開設の届出を行おうとする場合には，授与する学位の種類及び分野又は学科の分野が同じ学部等，研究科等若しくは高等専門学校の学科（学位の種類及び分野の変更等に関する基準（平成十五年文部科学省告示第三十九号）別表第一備考又は別表第二備考に係るものを含む。）についても作成すること。
 - 2 私立の大学若しくは高等専門学校の収容定員に係る学則の変更の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合，大学等の設置者の変更の認可を受けようとする場合又は大学等の廃止の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合は，この書類を作成する必要はない。
 - 3 開設する授業科目に応じて，適宜科目区分の枠を設けること。
 - 4 「授業形態」の欄の「実験・実習」には，実技も含むこと。

教 育 課 程 等 の 概 要														
（経営学研究科経営学専攻博士前期課程）														
科目 区分	授業科目の名称	配当年次	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考
			必 修	選 択	自 由	講 義	演 習	実 験・ 実習	教 授	准 教授	講 師	助 教	助 手	
授 業 科 目	経営学特論A	1・2前		2		○			1					兼1 兼1 兼1 兼1
	経営学特論B	1・2前		2		○			1					
	経営学演習A	1・2前		2			○		1					
	経営学演習B	1・2後		2			○		1					
	経営史特論A	1・2前		2		○								兼1 兼1 兼1 兼1
	経営史特論B	1・2後		2		○								
	経営史演習A	1・2前		2			○							
	経営史演習B	1・2後		2			○							
	経営戦略特論A	1・2前		2		○				1				兼1 兼1 兼1 兼1
	経営戦略特論B	1・2前		2		○				1				
	経営戦略演習A	1・2前		2			○			1				
	経営戦略演習B	1・2後		2			○			1				
	経営組織特論A	1・2後		2		○					1			兼1 兼1 兼1 兼1
	経営組織特論B	1・2後		2		○					1			
	経営組織演習A	1・2前		2			○				1			
	経営組織演習B	1・2後		2			○				1			
	企業論特論A	1・2前		2		○			2					兼1 兼1 兼1 兼1
	企業論特論B	1・2後		2		○			2					
	企業論演習A	1・2前		2			○		2					
	企業論演習B	1・2後		2			○		2					
	人的資源論特論A	1・2前		2		○								兼1 兼1 兼1 兼1
	人的資源論特論B	1・2後		2		○								
	人的資源論演習A	1・2前		2			○							
	人的資源論演習B	1・2後		2			○							
	経営財務特論A	1・2前		2		○			1					兼1 兼1 兼1 兼1
	経営財務特論B	1・2後		2		○			1					
	経営財務演習A	1・2前		2			○		1					
	経営財務演習B	1・2後		2			○		1					
	国際経営論特論A	1・2前		2		○			1					兼1 兼1 兼1 兼1
	国際経営論特論B	1・2後		2		○			1					
	国際経営論演習A	1・2前		2			○		1					
	国際経営論演習B	1・2後		2			○		1					
	情報管理特論A	1・2前		2		○								兼1 兼1 兼1 兼1
	情報管理特論B	1・2後		2		○								
	情報管理演習A	1・2前		2			○							
	情報管理演習B	1・2後		2			○							
	情報システム論特論A	1・2前		2		○			1					兼1 兼1 兼1 兼1
	情報システム論特論B	1・2後		2		○			1					
	情報システム論演習A	1・2前		2			○		1					
	情報システム論演習B	1・2後		2			○		1					
	経営システム論特論A	1・2前		2		○			1					兼1 兼1 兼1 兼1
	経営システム論特論B	1・2後		2		○			1					
	経営システム論演習A	1・2前		2			○		1					
	経営システム論演習B	1・2後		2			○		1					
	非営利組織経営論特論A	1・2前		2		○			1					兼1 兼1 兼1 兼1
	非営利組織経営論特論B	1・2後		2		○			1					
	非営利組織経営論演習A	1・2前		2			○		1					
	非営利組織経営論演習B	1・2後		2			○		1					
	国際金融特論A	1・2前		2		○								兼1 兼1 兼1 兼1
	国際金融特論B	1・2後		2		○								
	国際金融演習A	1・2前		2			○							
	国際金融演習B	1・2後		2			○							

	技術経営論特論 A	1・2前		2		○			1					
	技術経営論特論 B	1・2後		2		○			1					
	技術経営論演習 A	1・2前		2			○		1					
	技術経営論演習 B	1・2後		2			○		1					
	財務会計論特論 A	1・2前		2		○						兼1		
	財務会計論特論 B	1・2後		2		○						兼1		
	管理会計論特論 A	1・2前		2		○			1					
	管理会計論特論 B	1・2後		2		○			1					
	監査論特論 A	1・2前		2		○						兼1		
	監査論特論 B	1・2後		2		○						兼1		
	小計（ 62 科目）	－	0	124	0	－			9	1	1	0	0	兼8
研究指導	経営学研究指導 A	1・2前							1					
	経営学研究指導 B	1・2後							1					
	経営史研究指導 A	1・2前											兼1	
	経営史研究指導 B	1・2後											兼1	
	経営戦略研究指導 A	1・2前								1				
	経営戦略研究指導 B	1・2後								1				
	経営組織研究指導 A	1・2前											兼1	
	経営組織研究指導 B	1・2後											兼1	
	企業論研究指導 A	1・2前							2					
	企業論研究指導 B	1・2後							2					
	人的資源論研究指導 A	1・2前											兼1	
	人的資源論研究指導 B	1・2後											兼1	
	経営財務研究指導 A	1・2前							1					
	経営財務研究指導 B	1・2後							1					
	国際経営論研究指導 A	1・2前							1					
	国際経営論研究指導 B	1・2後							1					
	情報管理研究指導 A	1・2前											兼1	
	情報管理研究指導 B	1・2後											兼1	
	国際金融研究指導 A	1・2前											兼1	
	国際金融研究指導 B	1・2後											兼1	
	技術経営論研究指導 A	1・2前							1					
	技術経営論研究指導 B	1・2後							1					
	情報システム論研究指導 A	1・2前							1					
	情報システム論研究指導 B	1・2後							1					
	経営システム論研究指導 A	1・2前							1					
	経営システム論研究指導 B	1・2後							1					
	非営利組織経営論研究指導 A	1・2前							1					
	非営利組織経営論研究指導 B	1・2後							1					
	小計（ 28 科目）	－	0	0	0	－			9	1	0	0	0	兼5
合計（ 90 科目）		－	0	124	0	－			9	1	1	0	0	兼13
学位又は称号		修士（経営学）			学位又は学科の分野			経済学関係						
卒業要件及び履修方法								授業期間等						
本課程に2年以上在学し、30単位以上を修得し、かつ必要な研究指導を受けたうえ、「修士学位論文」または「特定の課題についての研究の成果」の審査および最終試験に合格した者に修士の学位を授与する。ただし、在学期間に関しては、優れた業績を上げた者については、1年以上在学すれば足りるものとする。 主指導教授の「研究指導」を、毎セメスタ必ず履修すること。 主指導教授が担当する「講義」または「演習」を、在学中2回（8単位）まで履修し、単位修得しなければならない。								1 学年の学期区分			2 学期			
								1 学期の授業期間			1 5 週			
								1 時限の授業時間			9 0 分			

(注)

- 1 学部等，研究科等若しくは高等専門学校学科の設置又は大学における通信教育の開設の届出を行おうとする場合には，授与する学位の種類及び分野又は学科の分野が同じ学部等，研究科等若しくは高等専門学校学科（学位の種類及び分野の変更等に関する基準（平成十五年文部科学省告示第三十九号）別表第一備考又は別表第二備考に係るものを含む。）についても作成すること。
- 2 私立の大学若しくは高等専門学校の収容定員に係る学則の変更の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合，大学等の設置者の変更の認可を受けようとする場合又は大学等の廃止の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合は，この書類を作成する必要はない。
- 3 開設する授業科目に応じて，適宜科目区分の枠を設けること。
- 4 「授業形態」の欄の「実験・実習」には，実技も含むこと。

教 育 課 程 等 の 概 要														
（経営学研究科マーケティング専攻博士前期課程）														
科目 区分	授業科目の名称	配当年次	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考
			必修	選択	自由	講義	演習	実験・実習	教授	准教授	講師	助教	助手	
授 業 科 目	マーケティング特論A	1・2前		2		○			1					兼1 兼1
	マーケティング特論B	1・2後		2		○			1					
	流通特論A	1・2前		2		○			1					
	流通特論B	1・2後		2		○			1					
	広告特論A	1・2前		2		○								
	広告特論B	1・2後		2		○								
	ブランド戦略特論A	1・2前		2		○			1					
	ブランド戦略特論B	1・2後		2		○			1					
	サービス・マーケティング特論A	1・2前		2		○			1					
	サービス・マーケティング特論B	1・2前		2		○			1					
	マーケティング戦略特論A	1・2前		2		○				2				
	マーケティング戦略特論B	1・2後		2		○				2				
	マーケティング・リサーチ特論A	1・2前		2		○			1		1			
	マーケティング・リサーチ特論B	1・2前後		2		○			1		1			
	グローバル・マーケティング特論A	1・2前		2		○				1				
	グローバル・マーケティング特論B	1・2後		2		○				1				
	グローバル戦略特論A	1・2前		2		○								兼1 兼1
	グローバル戦略特論B	1・2後		2		○								
	グローバル・ファイナンス特論A	1・2前		2		○			1					
	グローバル・ファイナンス特論B	1・2後		2		○			1					
	情報管理特論A	1・2前		2		○			1					
	情報管理特論B	1・2後		2		○			1					
	統計学特論A	1・2前		2		○			1					
	統計学特論B	1・2後		2		○			1					
	経営学特論A	1・2前		2		○								兼1 兼1 兼1 兼1
	経営学特論B	1・2前		2		○								
	情報システム論特論A	1・2前		2		○								
	情報システム論特論B	1・2後		2		○								
	マーケティング演習A	1・2前		2			○		1					
	マーケティング演習B	1・2後		2			○		1					
	流通演習A	1・2前		2			○		1					
	流通演習B	1・2後		2			○		1					
	流通経営論演習A	1・2前		2			○							兼1 兼1 兼1 兼1
	流通経営論演習B	1・2後		2			○							
	広告演習A	1・2前		2			○							
	広告演習B	1・2後		2			○							
	ブランド戦略演習A	1・2前		2			○		1					
	ブランド戦略演習B	1・2後		2			○		1					
	サービス・マーケティング演習A	1・2前		2			○		1					
	サービス・マーケティング演習B	1・2後		2			○		1					
	マーケティング・リサーチ演習A	1・2前		2			○		1					
	マーケティング・リサーチ演習B	1・2後		2			○		1					
	グローバル戦略演習A	1・2前		2			○							兼1 兼1 兼1 兼1
	グローバル戦略演習B	1・2後		2			○							
	グローバル・マーケティング演習A	1・2前		2			○							
	グローバル・マーケティング演習B	1・2後		2			○							
	グローバル・ファイナンス演習A	1・2前		2			○		1					
	グローバル・ファイナンス演習B	1・2後		2			○		1					
	情報管理論演習A	1・2前		2			○		1					
	情報管理論演習B	1・2後		2			○		1					
	小計（50科目）	—	0	100	0	—	—	—	8	3	1	0	0	兼8

研究指導	マーケティング研究指導A	1・2前					1						
	マーケティング研究指導B	1・2後					1						
	流通研究指導A	1・2前					1						
	流通研究指導B	1・2後					1						
	流通経営論研究指導A	1・2前										兼1	
	流通経営論研究指導B	1・2後										兼1	
	広告研究指導A	1・2前										兼1	
	広告研究指導B	1・2後										兼1	
	ブランド戦略研究指導A	1・2前					1						
	ブランド戦略研究指導B	1・2後					1						
	サービス・マーケティング研究指導A	1・2前					1						
	サービス・マーケティング研究指導B	1・2後					1						
	マーケティング・リサーチ研究指導A	1・2前					1						
	マーケティング・リサーチ研究指導B	1・2後					1						
	グローバル戦略研究指導A	1・2前											兼1
	グローバル戦略研究指導B	1・2後											兼1
	グローバル・ファイナンス論研究指導A	1・2前					1						
グローバル・ファイナンス論研究指導B	1・2後					1							
情報管理論研究指導A	1・2前					1							
情報管理論研究指導B	1・2後					1							
小計（ 20 科目）		—	0	0	0	—	7	0	0	0	0	兼3	
合計（ 70 科目）		—	0	100	0	—	8	3	1	0	0	兼10	
学位又は称号		修士（マーケティング）		学位又は学科の分野			経済学関係						
卒業要件及び履修方法							授業期間等						
本課程に2年以上在学し、30単位以上を修得し、かつ必要な研究指導を受けたうえ、「修士学位論文」または「特定の課題についての研究の成果」の審査および最終試験に合格した者に修士の学位を授与する。ただし、在学期間に関しては、優れた業績を上げた者については、1年以上在学すれば足りるものとする。 。主指導教授の「研究指導」を、毎セメスタ必ず履修すること。 修了要件となる30単位のうち、20単位以上をマーケティング専攻から履修・単位修得すること。							1 学年の学期区分				2 学期		
							1 学期の授業期間				1 5 週		
							1 時限の授業時間				9 0 分		

(注)

- 1 学部等、研究科等若しくは高等専門学校の学科の設置又は大学における通信教育の開設の届出を行おうとする場合には、授与する学位の種類及び分野又は学科の分野が同じ学部等、研究科等若しくは高等専門学校の学科（学位の種類及び分野の変更等に関する基準（平成十五年文部科学省告示第三十九号）別表第一備考又は別表第二備考に係るものを含む。）についても作成すること。
- 2 私立の大学若しくは高等専門学校の収容定員に係る学則の変更の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合、大学等の設置者の変更の認可を受けようとする場合又は大学等の廃止の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合は、この書類を作成する必要はない。
- 3 開設する授業科目に応じて、適宜科目区分の枠を設けること。
- 4 「授業形態」の欄の「実験・実習」には、実技も含むこと。

教 育 課 程 等 の 概 要															
(経営学研究科経営学専攻博士後期課程)															
科目 区分	授業科目の名称	配当年次	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考	
			必修	選択	自由	講義	演習	実験・実習	教授	准教授	講師	助教	助手		
授業科目	経営学特殊研究A	1・2・3前		2		○			1					兼1 兼1 兼1 兼1	
	経営学特殊研究B	1・2・3後		2		○			1						
	経営組織論特殊研究A	1・2・3前		2		○			1						
	経営組織論特殊研究B	1・2・3後		2		○			1						
	経営史特殊研究A	1・2・3前		2		○									
	経営史特殊研究B	1・2・3後		2		○									
	経営戦略特殊研究A	1・2・3前		2		○									
	経営戦略特殊研究B	1・2・3後		2		○									
	経営財務論特殊研究A	1・2・3前		2		○			1						
	経営財務論特殊研究B	1・2・3後		2		○			1						
	意思決定システム論特殊研究A	1・2・3前		2		○			1						
	意思決定システム論特殊研究B	1・2・3後		2		○			1						
	経営システム論特殊研究A	1・2・3前		2		○			1						
	経営システム論特殊研究B	1・2・3後		2		○			1						
	企業論特殊研究A	1・2・3前		2		○			1						
	企業論特殊研究B	1・2・3後		2		○			1						
	国際経営論特殊研究A	1・2・3前		2		○			1						
	国際経営論特殊研究B	1・2・3後		2		○			1						
	非営利組織経営論特殊研究A	1・2・3前		2		○			1						
	非営利組織経営論特殊研究B	1・2・3後		2		○			1						
	技術経営論特殊研究A	1・2・3前		2		○			1						
	技術経営論特殊研究B	1・2・3後		2		○			1						
	小計（ 22 科目）		—	0	44	0	—			9	0	0	0		0
研究指導	経営学研究指導A	1・2・3前							1					兼1 兼1 兼1 兼1	
	経営学研究指導B	1・2・3後							1						
	経営組織論研究指導A	1・2・3前							1						
	経営組織論研究指導B	1・2・3後							1						
	経営史研究指導A	1・2・3前													
	経営史研究指導B	1・2・3後													
	経営戦略研究指導A	1・2・3前													
	経営戦略研究指導B	1・2・3後													
	経営財務論研究指導A	1・2・3前							1						
	経営財務論研究指導B	1・2・3後							1						
	意思決定システム論研究指導A	1・2・3前							1						
	意思決定システム論研究指導B	1・2・3後							1						
	経営システム論研究指導A	1・2・3前							1						
	経営システム論研究指導B	1・2・3後							1						
	企業論研究指導A	1・2・3前							1						
	企業論研究指導B	1・2・3後							1						
	国際経営論研究指導A	1・2・3前							1						
	国際経営論研究指導B	1・2・3後							1						
	非営利組織経営論研究指導A	1・2・3前							1						
	非営利組織経営論研究指導B	1・2・3後							1						
	技術経営論研究指導A	1・2・3前							1						
	技術経営論研究指導B	1・2・3後							1						
	小計（ 22 科目）		—	0	0	0	—			9	1	0	0		0
合計（ 44 科目）		—	0	44	0	—			9	1	0	0	0	兼3	
学位又は称号		博士（経営学）		学位又は学科の分野				経済学関係							
卒業要件及び履修方法								授業期間等							
本課程に3年（法科大学院を修了したものにあっては2年）以上在学し、必要な研究指導を受けた上、博士論文の審査及び最終試験に合格した者に博士の学位を授与する。ただし、在学期間に関しては、優れた研究業績を上げた者については、本大学院に1年以上（博士前期課程若しくは修士課程又は専門職学位課程に1年以上2年未満在学し当該課程を修了した者については、当該課程における在学期間を含めて3年以上）在学すれば足りるものとする。 主指導教授の「研究指導」を、毎セメスタ必ず履修すること。								1 学年の学期区分				2 学期			
								1 学期の授業期間				1 5 週			
								1 時限の授業時間				9 0 分			

(注)

1 学部等，研究科等若しくは高等専門学校学科の設置又は大学における通信教育の開設の届出を行おうとする場合には，授与する学位の種類及び分野又は学科の分野が同じ学部等，研究科等若しくは高等専門学校学科（学位の種類及び分野の変更等に関する基準（平成十五年文部科学省告示第三十九号）別表第一備考又は別表第二備考に係るものを含む。）についても作成すること。

2 私立の大学若しくは高等専門学校の収容定員に係る学則の変更の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合，大学等の設置者の変更の認可を受けようとする場合又は大学等の廃止の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合は，この書類を作成する必要はない。

3 開設する授業科目に応じて，適宜科目区分の枠を設けること。

4 「授業形態」の欄の「実験・実習」には，実技も含むこと。

教 育 課 程 等 の 概 要														
(経営学研究科マーケティング専攻博士後期課程)														
科目 区分	授業科目の名称	配当年次	単位数			授業形態			専任教員等の配置					備考
			必修	選択	自由	講義	演習	実験・実習	教授	准教授	講師	助教	助手	
授業科目	マーケティング特殊研究A	1・2・3前		2		○			1					兼1 兼1
	マーケティング特殊研究B	1・2・3後		2		○			1					
	流通特殊研究A	1・2・3前		2		○			1					
	流通特殊研究B	1・2・3後		2		○			1					
	広告特殊研究A	1・2・3前		2		○								
	広告特殊研究B	1・2・3後		2		○								
	ブランド戦略論特殊研究A	1・2・3前		2		○			1					兼1 兼1
	ブランド戦略論特殊研究B	1・2・3後		2		○			1					
	サービス・マーケティング特殊研究A	1・2・3前		2		○			1					
	サービス・マーケティング特殊研究B	1・2・3後		2		○			1					
	流通経営論特殊研究A	1・2・3前		2		○								兼1 兼1
	流通経営論特殊研究B	1・2・3後		2		○								
	リレーションシップ・マーケティング特殊研究A	1・2・3前		2		○				1				
	リレーションシップ・マーケティング特殊研究B	1・2・3後		2		○				1				
	グローバル・マーケティング特殊研究A	1・2・3前		2		○				1				
	グローバル・マーケティング特殊研究B	1・2・3後		2		○				1				
	マーケティング・リサーチ特殊研究A	1・2・3前		2		○			1					兼1 兼1
	マーケティング・リサーチ特殊研究B	1・2・3後		2		○			1					
	グローバル・ファイナンス論特殊研究A	1・2・3前		2		○			1					
	グローバル・ファイナンス論特殊研究B	1・2・3後		2		○			1					
	グローバル戦略論特殊研究A	1・2・3前		2		○								
	グローバル戦略論特殊研究B	1・2・3後		2		○								
	情報管理論特殊研究A	1・2・3前		2		○			1					兼1 兼1
	情報管理論特殊研究B	1・2・3後		2		○			1					
	小計 (24 科目)		—	0	48	0	—			7	2			
研究指導	マーケティング研究指導A	1・2・3前							1					兼1 兼1
	マーケティング研究指導B	1・2・3後							1					
	流通研究指導A	1・2・3前							1					
	流通研究指導B	1・2・3後							1					
	広告研究指導A	1・2・3前												
	広告研究指導B	1・2・3後												
	ブランド戦略論研究指導A	1・2・3前							1					兼1 兼1
	ブランド戦略論研究指導B	1・2・3後							1					
	サービス・マーケティング研究指導A	1・2・3前							1					
	サービス・マーケティング研究指導B	1・2・3後							1					
	マーケティング・リサーチ研究指導A	1・2・3前							1					
	マーケティング・リサーチ研究指導B	1・2・3後							1					
	流通経営論研究指導A	1・2・3前												兼1 兼1
	流通経営論研究指導B	1・2・3後												
	グローバル・ファイナンス論研究指導A	1・2・3前							1					
	グローバル・ファイナンス論研究指導B	1・2・3後							1					
	情報管理論研究指導A	1・2・3前							1					
	情報管理論研究指導B	1・2・3後							1					
	小計 (18 科目)		—	0	0	0				7	0	0	0	0
合計 (42 科目)		—	0	48	0				7	2	0	0	0	兼4
学位又は称号		博士 (マーケティング)			学位又は学科の分野			経済学関係						
卒業要件及び履修方法							授業期間等							
本課程に3年 (法科大学院を修了したものにあっては2年) 以上在学し、必要な研究指導を受けた上、博士論文の審査及び最終試験に合格した者に博士の学位を授与する。ただし、在学期間に関しては、優れた研究業績を上げた者については、本大学院に1年以上 (博士前期課程若しくは修士課程又は専門職学位課程に1年以上2年未満在学し当該課程を修了した者については、当該課程における在学期間を含めて3年以上) 在学すれば足りるものとする。 主指導教授の「研究指導」を、毎セメスタ必ず履修すること。							1 学年の学期区分				2 学期			
							1 学期の授業期間				1 5 週			
							1 時限の授業時間				9 0 分			

（注）

1 学部等，研究科等若しくは高等専門学校の学科の設置又は大学における通信教育の開設の届出を行おうとする場合には，授与する学位の種類及び分野又は学科の分野が同じ学部等，研究科等若しくは高等専門学校の学科（学位の種類及び分野の変更等に関する基準（平成十五年文部科学省告示第三十九号）別表第一備考又は別表第二備考に係るものを含む。）についても作成すること。

2 私立の大学若しくは高等専門学校の収容定員に係る学則の変更の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合，大学等の設置者の変更の認可を受けようとする場合又は大学等の廃止の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合は，この書類を作成する必要はない。

3 開設する授業科目に応じて，適宜科目区分の枠を設けること。

4 「授業形態」の欄の「実験・実習」には，実技も含むこと。

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 経営学領域	経営学特論A	本講義では、経営学の原理（方法と対象の問題）について、歴史的発展と今日的課題の視点から講義し、経営学研究の特質と新たな展開の可能性について考察することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、ドイツやアメリカにおける経営学の代表的な学説について検討し、経営学研究で求められる理論的な視点や思考を身につける。加えて、今日の経営行動（経営目標、経営の戦略と組織など）、経営体制（株式会社の経営制度、企業統治など）、経営者（企業家精神、コンプライアンスなど）におけるそれぞれの原理的な問題を理解し、改革に向けた提案ができるようになる。	
授業科目 経営学領域	経営学特論B	本講義では、今日の企業を含む組織体を取り巻く環境変化の実例を取り上げながら、経営と社会との関係について総合的、複眼的な思考を身につけ、経営学研究に求められる実践的な思考力と分析力を養うことを目的とする。 本講義を通じて受講生は、経営のグローバル化（経営文化、日本の経営など）、経営の社会的責任（地球環境問題、貧困、人権問題など）、そしてイノベーションの拡張問題（エコ・イノベーション、ソーシャルイノベーションなどの問題）について事例研究を取り入れて分析、説明することができるようになる。	
授業科目 経営学領域	経営学演習A	本演習では、経営学の原理（方法と対象の問題）についての討議を通じて、受講生が自らの研究テーマにおける経営学研究の現代的意義について説明できることを目的とする。 討議において受講生には、自らの研究テーマにおける先行研究を踏まえた分析を求める。そのための助言として、経営行動の原理（経営の目標、理念、戦略と組織など）や経営体制（株式会社の経営制度、企業統治など）の原理的な問題について解説する。 本演習を通じ受講生は、研究テーマにおける分析の深化と効果的なプレゼンテーションができるようになる。	
授業科目 経営学領域	経営学演習B	本演習では、社会における経営の役割についての発表・討論を通じて、受講生が自らの研究テーマにおける問題を複眼的に解析し説明できるよう支援を行う。 発表・討論において受講生には、自らの研究テーマにおける「経営の社会的責任」についての文献や資料の収集・分析を求める。そのための助言として、文献や資料の調査・収集・分析という一連の手順について説明し、明らかになった問題点の所在には、データや資料に基づいた更なる精緻な分析を指示する。 本演習を通じ受講生は、研究テーマにおける複眼的な問題解析と有意なプレゼンテーションができるようになる。	
授業科目 経営学領域	経営史特論A	本講義は、近年の英語もしくはフランス語の文献を講読することで、主に近世～近代におけるヨーロッパの他地域との関わりの中での生地を巡る産業と消費の歴史を世界史的観点から理解することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、ヨーロッパにおけるグローバル産業成立、産業と消費の関わりなどについての歴史を理解し、またそれらを巡る用語や概念を説明できるようになる。	隔年
授業科目 経営学領域	経営史特論B	本講義は、近年の英語もしくはフランス語の文献を講読することで、主に近世～近代バリエーションにおけるファッションを巡る製造業・流通業と都市文化について理解することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、都市文化と大衆消費及び小売業の歴史にファッションという部門が果たしてきた役割について理解し、またそれらを巡る用語や概念を説明できるようになる。	隔年

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 経営学領域	経営史演習A	本演習は、ヨーロッパもしくは北米の経営史に関わるテーマを受講生が自ら設定し、プレゼンテーションと討論を行うことで、実際の研究分析のための手法を学ぶことを目的とする。 発表と討論において受講生は、二次文献や一次史料を自ら探し、取捨選択しつつ読解し、その成果をまとめる必要がある。そのために時代や地域に応じた二次文献及び一次史料の探索方法などについて助言する。 本演習を通じて受講生は、文献の検索・読解、各文献の有用性の判断、個々の内容をまとめる能力を身につける。	
授業科目 経営学領域	経営史演習B	本演習は、ヨーロッパもしくは北米の経営史に関わるテーマを受講生が自ら設定し、プレゼンテーションと討論を行うことで、研究テーマを深化させることを目的とする。 発表と討論において受講生は、大きなテーマを段階的に分析するために小課題を設定し、また設定した課題を閲覧可能な史料と結びつけて分析する必要がある。そのための論理構成の作り方などについて助言する。 本演習を通じて受講生は、史料に基づく分析と、それを基礎とした論理構成の作り方を身につける。	
授業科目 経営学領域	経営戦略特論A	本講義は経営戦略の中でも競争戦略に関わる基本的な概念や枠組みを理解し、学術的な研究を批判的に検討する能力を養うことを目的とする。この目的を達するために、競争戦略に関わる経営学や経済学の基本的な文献や論文を精読し、その内容について議論する。本講義を通じ、受講生は、競争戦略に関する諸概念を説明、分析ツールを活用、既存の理論の問題点を指摘、理論を現象の分析に応用することが出来るようになる。	
授業科目 経営学領域	経営戦略特論B	本講義は経営戦略の中でも企業戦略に関わる基本的な概念や枠組みを理解し、学術的な研究を批判的に検討する能力を養うことを目的とする。この目的を達するために、企業戦略に関わる経営学や経済学の基本的な文献や論文を精読し、その内容について議論する。本講義を通じ、受講生は、企業戦略に関する諸概念を説明、分析ツールを活用、既存の理論の問題点を指摘、理論を現象の分析に応用することが出来るようになる。	
授業科目 経営学領域	経営戦略演習A	本演習は、競争戦略に関する議論を通じて、受講生が研究テーマに関する分析手法を習得することを目的とする。経営現象を分析するためには、関連した領域に関する知識と理論を知り、研究テーマを設定した後は、分析する理論的枠組みを明確にし、具体的にどのような作業をするべきかを計画し、データを収集し、分析するなどの作業をする必要がある。本演習を通じて、受講生は経営戦略に関する知識や理論を説明でき、分析に必要なツールを使うことができ、社会科学的な分析枠組みを修得できる。	
授業科目 経営学領域	経営戦略演習B	本演習は、企業戦略に関する議論を通じて、受講生が研究テーマに関する分析手法を習得することを目的とする。経営現象を分析するためには、関連した領域に関する知識と理論を知り、研究テーマを設定した後は、分析する理論的枠組みを明確にし、具体的にどのような作業をするべきかを計画し、データを収集し、分析するなどの作業をする必要がある。本演習を通じて、受講生は経営戦略に関する知識や理論を説明でき、分析に必要なツールを使うことができ、社会科学的な分析枠組みを修得できる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目	経営学領域	経営組織特論A	本講義では、経営組織の最新研究内容と方法について世界におけるトップジャーナルに掲載された論文を検討することで、新たな研究の可能性について考察することを目的とする。経営学において現在着目されている領域について触れることで理論的関心の幅を広げると同時に、自らが新しく理論的研究を行う際の一助となる。加えて、多くの論文を比較検討することにより、研究論文が満たすべき要点が明らかになる。 本講義を通じて受講生は、経営組織の最新研究論文の読み方や批判的検討の仕方を身につける。
授業科目	経営学領域	経営組織特論B	本講義では、経営組織の最新研究内容と方法について日本におけるトップジャーナルに掲載された論文を検討することで、新たな研究の可能性について考察することを目的とする。経営学において現在着目されている領域について触れることで理論的関心の幅を広げると同時に、自らが新しく理論的研究を行う際の一助となる。加えて、多くの論文を比較検討することにより、論文を執筆する際に抑えるべき要点が明らかになる。 本講義を通じて受講生は、日本において論文を執筆する際の考え方や素養を身につける。
授業科目	経営学領域	経営組織演習A	本演習では、経営組織の最新研究内容と方法についての討議を通じて、受講生が自らの分析内容とその貢献について説明できることを目的とする。 討議において受講生には、自らの研究テーマに基づいて整理した先行研究の内容の結果について発表し、それに対して議論する。 本演習を通じ受講生は、研究テーマにおける先行研究の整理の仕方や研究目的を導出できるようになる。
授業科目	経営学領域	経営組織演習B	本演習では、経営組織に関する研究に関して、受講生が自らの研究内容をより深化・精緻化することを目的とする。 討議において受講生には、自らの研究結果を発表し、それに対して議論する。 本演習を通じ受講生は、自らの研究論文における課題を明らかにし、その改善方法について理解できるようになる。
授業科目	経営学領域	企業論特論A	技術革新の進展と政府の構造改革などが企業経営に多大のインパクトを与えている。本講義では、企業行動や企業形態、さらにはコーポレート・ガバナンスやCSRなども講義する。一般企業はもとより、ライフライン機能などを担っている公益企業についても考察し、企業論の理論的側面を重視しながら、最近の企業経営における「変化の度合い」と「進化の過程」を、企業論研究の概念規定の下で多面的に考察する。大学院レベルにおける各種国内外の文献・資料、データ等を用いながら、現代企業の特徴を解明する能力を養うことを到達目標としている。
授業科目	経営学領域	企業論特論B	本講義では、大学院レベルにおける企業行動や企業形態の実際について、企業論の理論的側面を重視しつつ多面的に講義する。特に、現代の企業経営で重要視されているコーポレート・ガバナンスや内部統制のあり方、さらには、企業の取組みが求められているCSRなどについても研究する。ここでは、最近の企業経営における「変化の度合い」と「進化の過程」を、グローバルな競争戦略の視点から幅広く考察し、各種国内外の文献・資料、データ等を用いながら、現代企業の競争戦略の特徴を解明する能力を養うことを到達目標としている。
授業科目	経営学領域	企業論演習A	本演習は、世界的に規制緩和が進展しつつある中で、国内でも構造改革や規制改革が進行している「企業経営」を主な研究対象としている。特に、ここでは大学院での企業論における研究論文の執筆を目的としている。そのために、研究論文執筆に必要とされるさまざまな研究上の手法を指導する。また、特に海外における企業と国内企業との比較研究、さらにはグローバル企業の動向やその経営戦略、M&Aや戦略的パートナーシップの手法などを総合的に比較研究することも目的としている。

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 経営学領域	企業論演習B	本演習では、会社法や金融商品取引法などに規定されている各種企業 の特質や制度などを講義し、現代企業の基本となるさまざまな知識 を習得することを目的にしている。特に、最近の企業論研究に関す る先行研究を徹底的に考察するとともに、グローバル競争が一段と 進展しつつある中で、どのような企業行動が求められているのかを 具体的に研究し、最先端の多角化行動理論や新たなサプライチェー ン・マネジメントなども講義する。こうした学びによって、受講生 の研究課題をさらに精緻化させ、有益な知見が得られるように指導 する。特に、ここでは新しい分析視点と分析手法の確立を目指して いる。	
授業科目 経営学領域	企業経済学特論A	本講義では、企業の戦略と組織について経済学の視点から講義する ことで、経済主体の経済学的動機から企業が直面する諸問題を理解 することを目的とする。 本義を通じて受講生は、企業経済学の基礎理論を理解したうえで、 組織の構造や制度のデザイン、自製／外製（垂直範囲）の決定や多 角化など水平範囲の決定、戦略的提携やネットワークといった問題 を理論的に理解し、実践的な思考力と分析力を身につけることがで きる。	
授業科目 経営学領域	企業経済学特論B	本講義では、企業の資金調達とコーポレート・ガバナンスについて 経済学の視点から講義することで、インセンティブ問題から、企業 を規律づけ、成長を促すための制度の在り方を理解することを目的 とする。 本義を通じて受講生は、インセンティブ理論の基礎理論を理解した うえで、企業の資金調達手段、資本構成、多角化、コーポレート・ ガバナンスといった側面を理論的に考察し、説明できるようにな る。そしてそれらの問題が企業の戦略策定や組織デザインにどのよ うに影響するのかを説明できるようになる。	
授業科目 経営学領域	企業経済学演習A	本演習では、戦略の経済学や組織の経済学の代表的な文献を受講者 が発表し議論することを通じて、経済学的な企業理論の手法を理解 し、現代企業のメカニズムを理論的に説明できるよう支援を行う。 また、効果的に発表できるようプレゼンテーションの方法について も指導を行う。 発表・議論において受講生には、扱う文献の先行研究を踏まえ、そ の文献の学説的な意義や知見を整理するよう求める。本演習を通じ て受講生は、学説的な意義を踏まえ、理論を理解し、それを効果的 にプレゼンテーションできるようになる。	
授業科目 経営学領域	企業経済学演習B	本演習では、受講生が自らの研究テーマに関連する文献を調査・発 表し、先行研究を踏まえながらそれとは異なる各自の知見を理論的 に掘り下げることを目的とする。 発表において受講生には、先行研究のサーベイだけでなく、各自の 研究テーマに関する理論分析と考察を行うよう求める。また担当教 員は、効果的にプレゼンテーションが行えるよう指導する。受講生 は本演習を通じて、先行研究や各自の研究の問題点を明らかにでき るだけでなく、それを発表できるようになる。	
授業科目 経営学領域	技術経営論特論A	本講義では、技術経営について、「価値づくりの経営学」の基礎的 な知識、理論的視点から講義することで、技術の価値をビジネスに 関連づけて理解することを目的とする。価値づくりに着目するの は、これまで勝ち残ってきた産業・企業は、何らかの形で価値づく りを実践してきたからである。これらの産業・企業はどのような価 値づくりをして成長を遂げてきたのか。本講義を通じて受講生は、 産業・企業の競争力の源泉について指摘できるとともに、製品開発 の戦略・組織・プロセスのマネジメントについて説明できるようにな る。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 経営学領域	技術経営論特論B	本講義では、技術経営について、「価値づくりの経営学」の応用的な知識、実践的視点から講義することで、製品アーキテクチャや事業システムのタイプに応じて、技術の価値をビジネスに関連づけて理解することを目的とする。製品アーキテクチャのタイプや事業システムのタイプに応じて価値づくりのパターンが異なりうる。本講義を通じて受講生は、製品アーキテクチャ、プラットフォーム戦略、事業システム、企業間ネットワークにおけるマネジメントのあり方を説明できるようになる。	
授業科目 経営学領域	技術経営論演習A	本演習では、技術経営についての基礎的な討論・発表を通じ、受講生が自らの研究テーマにおける技術経営研究の意義について説明できるよう支援を行う。 討論・発表において受講生には、自らの研究テーマにおける先行研究を踏まえた分析を求める。そのための助言として、技術経営研究の体系について説明する。 本演習を通じ受講生は、研究テーマにおける調査・分析と効果的なプレゼンテーションができるようになる。	
授業科目 経営学領域	技術経営論演習B	本演習では、製品アーキテクチャや事業システムなど技術経営についての応用的な討論・発表を通じ、受講生が自らの研究テーマの位置づけを複眼的に分析し説明できるよう支援を行う。 発表・討論において受講生には、技術経営関連の文献や資料の収集・分析を求める。そのための助言として、文献や資料の調査・収集・分析という一連の手順について説明し、明らかになった問題点の所在には、データや資料に基づいた更なる精緻な分析を指示する。 本演習を通じ受講生は、研究テーマにおける分析の精緻化と効果的なプレゼンテーションができるようになる。	
授業科目 経営学領域	国際経営論特論A	世界が抱える社会的諸課題の中で、新興国における貧困と資産・所得格差の問題は、国連が2015－2030年にかけてSDGsとして設定された最大の解決課題の1つとなっている。本特論では、新興国を含む発展途上国の抱えているさまざまな問題点に焦点を当て、多国籍企業のBOP戦略とソーシャル・ビジネスを特に貧困問題解消をはじめとする社会的諸課題の視点から分析の枠組みを構築することを目的とする。また、本特論の履修を通して、履修者は国多国籍企業のBOP戦略とソーシャル・ビジネスの関係に関する理解を深めることができるようになる。	隔年
授業科目 経営学領域	国際経営論特論B	21世紀に入ってから、新興国の多国籍企業が注目されはじめ、新興国を含む後発多国籍企業に関する研究も活発化になっている。新興国の多国籍企業の海外進出にはどのような特徴があるか。また、既存の多国籍理論の有効性とその限界は何か。さらに、新しい多国籍企業理論の確立にはどのような要件が必要なのか。本特論では、これらの課題を念頭に置きつつ、国際経営論の最先端を追ってみる。本特論の履修を通して、履修者は、世界経済のグローバル化の進展とその背景について理論的に分析することができ、多国籍企業の行動パターンとその問題点について鋭く指摘することができるようになる。	隔年
授業科目 経営学領域	国際経営論演習A	本演習では、多国籍企業のコーポレート・ガバナンスについて研究する。グローバル時代における多国籍企業の行動パターンや、その現代社会にもたらす功罪について深く追求する。コーポレート・ガバナンスの関連文献や最新レポート等の輪読を通して、国際経営と世界経済への理解を深め、研究機関や国際舞台で活躍する人材に求められる知識とスキルの習得を目的とする。本演習の履修を通じて、学生は多国籍企業の企業統治に関する新しい知見と世界の主なコーポレート・ガバナンス構造を理解できるようになる。同時に、国際的視野と将来ビジョンの涵養を図る。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 経営学領域	国際経営論演習B	本演習では、多国籍企業と地球社会との関係について研究する。グローバル時代における多国籍企業の行動パターンや、その現代社会にもたらした功罪について深く追求する。関連文献の輪読を通して、国際経営と世界経済への理解を深め、研究機関や国際舞台で活躍する人材に求められる知識とスキルの習得を目的とする。本演習の履修を通して、履修者は多国籍企業と地球社会との関係を深く理解することができることに加え、国際的視野も一層広げることが可能となる。	
授業科目	経営学領域 グローバル戦略特論A	本講義では、グローバル経営戦略について、経営学研究および国際ビジネス研究の今日の特質を踏まえた考察を行うことを目的とする。本講義の履修者は、理論研究と併せ、多様な事例に触れることで、グローバル戦略を理論的、実証的に検討し、理解することができる。社会において、自ら課題を特定し、解決策を提案し、実行するための「基礎体力」を身につけることができる。また、研究志望者は、研究教育者としての基礎づくりができる。	隔年
授業科目	経営学領域 グローバル戦略特論B	本講義では、グローバル経営戦略について、主に持続可能な開発の視点から講義し、国際ビジネス研究の新たな展開の可能性について考察することを目的とする。本講義の履修者は、理論研究と併せ、多様な事例に触れることで、グローバル戦略を理論的、実証的に検討し、理解することができる。社会において、自ら課題を特定し、解決策を提案し、実行するための「基礎体力」を身につけることができる。また、研究志望者は、研究教育者としての基礎づくりができる。	隔年
授業科目	経営学領域 グローバル戦略演習A	本演習は、グローバル経営戦略の動向を把握するため、内外の主要な論文を輪読する。履修者の研究テーマにあわせて対象論文を選定するが、国際ビジネス研究で特に注目されるテーマを中心に引き上げ、論文の読み方、研究課題の設定方法、研究アプローチを身につけることを目的とする。本演習の履修者は、グローバル戦略の今日的動向に触れ、修士論文研究に資する知識を獲得し、研究者としての在り方、研究手法を理解することができる。	隔年
授業科目	経営学領域 グローバル戦略演習B	本演習では、グローバル経営戦略の探究を目的として、主に新興市場ビジネスに関する内外の主要論文を輪読し、履修者が活発に意見交換し、議論を重ねる。修士論文研究につながるよう、研究手法を身につけることを目的とする。本演習の履修者は、経営学の専門知識を踏まえ、自身の研究テーマをグローバル経営戦略の文脈で理解し、発展させることができる。これまでの研究蓄積を理論的、実証的に検討し、理解できるようになる。	隔年
授業科目	経営学領域 非営利組織経営論特論A	本講義では、非営利組織の経営管理者の経営管理に有用な経営会計情報とは何かを理解し、意思決定に役立つ理論と技法について理解することを目的とする。本講義を通じて受講生は、非営利組織の経営会計情報を財務会計及び管理会計というそれぞれの視点から説明できるようになる。加えて、特定の非営利組織体における意思決定に関する事例研究を行い、その分析結果を説明できるようになる。	
授業科目	経営学領域 非営利組織経営論特論B	本講義では、非営利組織の経営管理の応用として、ヘルスケア・マネジメントを中心に引き上げる。ヘルスケア分野における経営管理の重要性を理解し、そのために有用な理論と技法について理解することを目的とする。本講義を通じて受講生は、病院の事例研究を通じて、計画及び統制の視点を身につけることができる。加えて、医療・介護の経営環境に関する今日的課題を理解し、今後の我が国医療・介護の方向性について説明できるようになる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目	経営学領域 非営利組織経営論演習A	本演習では、非営利組織の経営管理についての発表及び討論を通じ、受講生自身の研究テーマの研究方法的妥当性を確認していく。そのうえで、受講生自らが研究の方向性を明確化できるよう、個別に指導していく。 本演習を通じて受講生は、自身の研究内容のプレゼンテーションができるようになると同時に、研究段階の確認を行うことができる。さらに自身の論文作成の深化を図ることができる。 なお、各種組織体のうち、研究対象とする組織体の特徴及び課題についての指導も行っていく。	
授業科目	経営学領域 非営利組織経営論演習B	本演習では、非営利組織の経営管理についての発表及び討論を通じ、受講生自身の研究テーマの研究方法的妥当性を確認していく。そのうえで、受講生自らが研究の方向性を明確化できるよう、個別に指導していく。 本演習を通じて受講生は、自身の研究内容のプレゼンテーションができるようになると同時に、研究段階の確認を行うことができる。さらに自身の論文作成の深化を図ることができる。最終的には研究論文としてまとめることを目的とする。 なお、研究対象とする組織体にとって重要となる情報として、財務・非財務の両面から指導していく。	
授業科目	経営学領域 人的資源論特論A	本講義では、人的資源管理論（Human Resource Management）の視点から講義することで人的資源としての「働く人」の活動を計画、組織化、評価する一連の管理や施策について理解することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、人事・労務管理、人的資源管理、人材マネジメントへと変貌していく従業員管理の史的変遷を説明できるとともに、企業経営に必要な経営諸資源の中で最も重要な人的資源、つまり従業員の管理の重大性・必要性について説明できるようになる。また人的資源管理の課題と展望について討議できるようになる。	
授業科目	経営学領域 人的資源論特論B	本講義では、人的資源開発論（Human Resource Development）の視点から講義することで企業において働く人々（従業員）に求められる能力が企業目標の達成に貢献する職務遂行能力であることを理解することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、企業経営にとって必須・不可欠な経営資源である人材の能力を企業ではいかなる施策・制度を通じて育成するのかについて説明できるとともに、人的資源開発に関わる経営学研究のこれまでの貢献と今後の発展についても説明できるようになる。また人的資源開発論の課題と展望について討議できるようになる。	
授業科目	経営学領域 人的資源論演習A	本演習では、人的資源管理論(Human Resource Management)についての討議を通じて、受講生が自らの研究テーマにおける人的資源管理論研究の史的展開ならびに現代的意義、さらには同研究分野の課題と展望について説明できることを目的とする。発表・討論において受講生には、自らの研究テーマにおける先行研究を踏まえた分析を求める。そのための助言として、人的資源管理の原理(目標、理念、戦略と組織など)や賃金・人事処遇の制度や施策について解説する。 本演習を通じて受講生は、本研究分野における自らの研究テーマの位置づけや研究フロンティアを知ることができるとともに、自らの研究テーマの課題と展望についての討議、各自の研究テーマに沿った論文作成、そして有意なプレゼンテーションができるようになる。	
授業科目	経営学領域 人的資源論演習B	本演習では、人的資源開発論(Human Resource Development)についての討議を通じて、受講生が自らの研究テーマにおける人的資源開発論研究の史的展開ならびに現代的意義、さらには同研究分野の課題と展望について説明できることを目的とする。発表・討論において受講生には、自らの研究テーマにおける先行研究を踏まえた分析を求める。そのための助言として、人的資源開発の原理(目標、理念、戦略と組織など)や教育訓練ならびに能力開発の制度や施策について解説する。 本演習を通じて受講生は、本研究分野における自らの研究テーマの位置づけや研究フロンティアを知ることができるとともに、自らの研究テーマの課題と展望についての討議、各自の研究テーマに沿った論文作成、そして有意なプレゼンテーションができるようになる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 経営学領域	経営財務特論A	この講義では、投資価値とリスク、資本予算、資本市場と資本調達、配当政策と企業価値などの経営財務の基礎知識について学習する。また、経営財務分野の研究は、研究テーマによって、数学の知識とスキルが必要となる場合があることから、これらの理論に関する数量モデルの構築、計算の手法についても学習する。この講義を通して、基本的な数理モデルの構築、金融資産の評価、企業財務の諸問題の研究に必要な基礎理論とスキルを習得する。	隔年
授業科目 経営学領域	経営財務特論B	この講義では、資本構成による企業価値の創造、不確実性下での投資決定理論、信用リスク、リスク管理、資金調達計画と運転資金の管理など経営財務の実践理論について学習する。また、経営財務分野の研究は、研究テーマによって数学の知識とスキルが必要となる場合があることから、これらの理論に関する数量モデルの構築、計算の手法についても学習する。この講義を通して、投資における不確実性の認識、それを対処するためのリスクの計量、リスク管理の手法を習得し、不確実性下の投資決定に関する研究に必要な理論とスキルを習得する。	隔年
授業科目 経営学領域	経営財務演習A	この演習では、現代の財務理論、とりわけ資産価格の評価理論について高度な知識を習得することを目的としている。財務や投資問題に関する基本原理を重視し、市場環境の特性について分析しながら、高度な理論を理解する。さらに、これら高度な理論に関する数量モデルの構築、計算の手法についても学習する。この演習を通して、金融資産の評価、投資戦略、金融工学、企業財務の諸問題の研究に必要なスキルを習得する。	
授業科目 経営学領域	経営財務演習B	この演習では、経営財務理論の最先端であるリアルオプション理論を理解するための基礎を築き、不確実性下での企業の投資決定問題を研究する能力を養成する。投資問題に関する基本原理を重視し、市場環境の特性について分析しながら、高度な理論を理解する。さらに、これら高度な理論に関する数量モデルの構築、計算の手法についても学習する。この演習を通して、金融資産の評価、投資戦略、金融工学、企業財務の諸問題の研究に必要なスキルを習得する。	
授業科目 経営学領域	財務会計論特論A	本講義では、グローバルスタンダードの形成とその開発が重要な会計上の課題となっている現状を踏まえて、現代の会計基準や財務会計制度をめぐる動向について理論及び実務の観点から考察することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、現代会計における基本的なフレームワークを多角的な視点から解明して、会計学研究で求められる理論的な視点や思考を身につける。加えて、国際会計基準や国際財務報告基準(IAS/IFRS)の適用問題や、それに対する日米をはじめとする各国の対応について理解し、今後の方向性について具体的な言及や提案ができるようになる。	
授業科目 経営学領域	財務会計論特論B	本講義では、グローバルスタンダードの形成とその開発が重要な会計上の課題となっている現状を踏まえて、IAS/IFRSとのコンバージェンスやアドプションにおいて重要な会計基準に焦点を当てて、その内容及び実務上の課題について解明することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、現代会計における重要な会計問題（収益認識、金融商品、リース、研究開発費、企業結合会計、連結会計など）について、その特徴及び検討すべき課題を理解・修得する。さらに、日本基準とIAS/IFRSとの異同点を整理することを通じて、グローバルな思考力と分析力を身につけることができる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 経営学領域	管理会計論特論A	本講義では、組織の経営管理者の経営管理に有用な経営会計情報とは何かを理解し、経営管理者が意思決定し、経営管理を行ううえで必要な情報を提供する管理会計の理論と技法について理解することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、管理会計の特徴を財務会計と比較しながら説明できるようになる。加えて、特定の組織体の事例研究を行い、原価の計算と分析ができるようになる。さらに、利益計画についても論理的に述べることができるようになる。	
授業科目 経営学領域	管理会計論特論B	本講義では、経営管理者が意思決定し、経営管理を行ううえで有用な情報を提供する管理会計の理論と技法について理解することを目的とする。特に戦略的意思決定に役立つ情報とは何かを理解し、そのための理論と技法を習得することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、原価の重要性を認識できるようになり、原価計算の仕方、原価維持並びに原価改善に関する理論と技法を説明できるようになる。さらに、特定の組織を取り挙げた事例研究を行い、その分析結果を説明することができるようになる。	
授業科目 経営学領域	管理会計論演習A	本演習では、管理会計についての発表及び討論を通じ、受講生自身の研究テーマの研究方法的妥当性を確認していく。そのうえで、受講生自らが研究の方向性を明確化できるよう、個別に指導していく。 本演習を通じて受講生は、自身の研究内容のプレゼンテーションができるようになると同時に、研究段階の確認を行うことができる。さらに、自身の論文作成の深化を図ることができる。 なお、いかなる財務情報に焦点を当てて研究していくのかを明確にしながら進めて行く。	
授業科目 経営学領域	管理会計論演習B	本演習では、管理会計についての発表及び討論を通じ、受講生自身の研究テーマの研究方法的妥当性を確認していく。そのうえで、受講生自らが研究の方向性を明確化できるよう、個別に指導していく。 本演習を通じて受講生は、自身の研究内容のプレゼンテーションができるようになると同時に、研究段階の確認を行うことができる。さらに、自身の論文作成の深化を図ることができる。最終的には研究論文としてまとめることを目的とする。 なお、非財務情報のうち、いかなる情報を扱っていくのかについても指導していく。	
授業科目 経営学領域	情報システム論特論A	この講義では、各種の情報システムの構造や性質を学びながら、システム科学的な物の見方、考え方を修得することを目的とする。最新の情報技術も紹介するが、数式や記号よりも言葉による説明や意味を理解することを重視する。個別具体的な情報システムの機能や構成よりも、学問横断的な概念（相互作用、定常性、階層性、自己組織化、創発的性質など）に特に注目して講義する。期待される学習成果は次の点である。1) 基本的なシステム観やシステム概念について説明できる。2) さまざまな分野に共通するシステム科学的な性質を説明できる。	
授業科目 経営学領域	情報システム論特論B	この講義の目的は、集団行動や組織構造の形成に関するコンピュータシミュレーションを用いた各種の研究を、自己組織化現象の観点から概観することである。人工知能やゲーム理論、複雑系の研究のなかから、特に進化や共進化、形態形成、集団意思決定、および分散知能のシミュレーション研究に注目する。期待される学習成果は次の点である。1) 自己組織化に関する諸システム概念を説明できる。2) 自己組織化現象の数理モデルを説明できる。3) 自己組織化を扱うシミュレーション動作を説明できる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 経営学領域	情報システム論演習A	この演習は、システム科学の観点からみて、基本的で重要と思われる各種のシステム概念を広く知り「身につける」ことを目的とする。そのため、モデル理論アプローチによる問題解決システム（コンピュータによる問題解決）の設計を課題とする。基本的なシステムモデルを学び、それを問題解決システム設計に応用する。これを通じて各種システム概念の理解が得られる。プログラミングではなく、数理モデルの理解やモデル構築が中心である。期待される学習成果は次の点である。1) 基本的な論理学、集合論の諸概念について説明できる。2) 状態遷移モデル、問題解決のモデルについて説明できる。3) 問題解決システムの処理手順を説明できる。	
授業科目 経営学領域	情報システム論演習B	この演習は、モデル理論アプローチの観点から、情報システム開発のためのモデル化技能を身につけることが目的である。要素システムから複合システムまでのモデル化の方法を学び、それを具体的なシステム開発に応用することを課題とする。講義では、システム設計に関連する技術文献を読み、動作記述の基本となるオートマトンモデルを学び、受講生の研究テーマに関連する業務処理システムのモデルを構築する。期待される学習成果は次の点である。1) オートマトン（基本モデル、結合モデル）について説明できる。2) 業務処理システムの基本的な数理モデルを説明することができる。3) 上記モデルの観点から具体的なシステムの動作を定式化できる。	
授業科目 経営学領域	経営システム論特論A	本講義では、「オペレーションズ・リサーチ」（OR）のうち、計画立案や意思決定など、確定的な問題に対するモデルや手法を講義する。特に、数理計画を中心にした最適化モデル、具体的には、線形計画法や整数計画法などの、意思決定やそれに関するシステムの設計・計画・運用のためのモデル・手法を扱う。 本講義を通じて受講生は、ORの典型的問題を理解し、経営に発生する様々な確定的問題やそれに対応するモデルを説明できるようになる。	
授業科目 経営学領域	経営システム論特論B	本講義では、「オペレーションズ・リサーチ」（OR）のうち、不確定要素が介在する問題・オペレーショナルな問題に対するモデル・手法を講義する。具体的には在庫管理、生産スケジューリングの問題、待ち行列モデルなど、経営の実務的な場面に発生する問題のためのモデル・手法を扱う。 本講義を通じて受講生は、ORの典型的問題を理解し、経営に発生する不確定要素を含む様々な問題やそれに対応するモデルを説明できるようになる。	
授業科目 経営学領域	経営システム論演習A	本演習では、「オペレーションズ・リサーチ」のモデル・方法論を実地的に学習し、システムティックな問題解決方法を実習する。具体的には、確定的問題を中心に受講生がその研究テーマに関連する問題を数理モデルとして表現し、計算機上での実装を行い、理論を実践する過程を体得する。 本演習を通じ受講生は、方法論の実装・改良を通じて理論を理解し、説明・実践できるようになる。また数理モデルを計算機上に構築して解・答を求め、その意味や意義を説明できるようになる。	
授業科目 経営学領域	経営システム論演習B	本演習では、「オペレーションズ・リサーチ」のモデル・方法論を実地的に学習し、システムティックな問題解決方法を実習する。具体的には、生産やサプライチェーンの不確定要素を含む問題・オペレーション的問題を中心に受講生がその研究テーマに関連する問題を数理モデルとして表現し、計算機上での実装を行い、理論を実践する過程を体得する。 本演習を通じ受講生は、方法論の実装・改良を通じて理論を理解し、説明・実践できるようになる。また数理モデルを計算機上に構築して解・答を求め、その意味や意義を説明できるようになる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目	マーケティング領域 マーケティング特論A	本講義では、マーケティング概念と理論の徹底的理解を目指す。授業の題材として、マーケティング研究の第一人者であるPhilip Kotlerのマーケティング洋書を中心に取り上げる。マーケティングの定義、マーケティングプロセス、マーケティング・ミックス、SWOT分析、競争地位別戦略、ポートフォリオ分析、製品ライフサイクル、市場調査手法、消費者行動、マケットセグメンテーション等の概念・理論を取り扱う。授業は輪読と議論形式で行なう。これらを行なうことにより、受講生は、マーケティング概念の理解、現実のマーケティング事象を説明する能力の獲得、そしてそれを応用する能力の獲得ができる。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング特論B	本講義の目的は、マーケティング特論Aで学んだマーケティング概念や理論をベースにして、現実の日本の企業組織のマーケティング戦略を検討、分析することである。授業内容的には、大脳生理学的なマーケティング、経験マーケティング関連の文献を土台にして、輪読、あるいは議論を行なう。新しい視点のマーケティング研究、すなわち、経済的合理性だけでない消費者行動という視点のもとにして、消費者行動を解明し、そこから得られた概念や理論をベースにして、日本の企業組織の消費者に対するマーケティング戦略を検討、分析、再評価する作業を行なう。その成果として、受講者はマーケティング問題の本質を見抜く能力、そして問題解決のための考え抜く力の獲得ができる。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング演習A	本演習では、マーケティング理論についての文献輪読（または討論・発表）を通じ、受講生のマーケティング理論の理解を深める支援を行う。授業内の討論・発表において受講生には、マーケティング文献の徹底的な文献レビュー、分析をもとにした緻密な理論的考察と提言を求める。そのための助言として、基本的なマーケティング理論、そして最新のマーケティング理論について説明する。本演習を通じ受講生は、マーケティング理論の適切な説明、現代的なマーケティング諸問題を指摘できるようになる。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング演習B	本演習では、マーケティング事象についての議論（または討論・発表）を通じ、受講生が自らの研究テーマにおける現実のマーケティング事象を理解できるよう支援を行う。議論（または討論・発表）において受講生には、研究テーマに関連した多数の文献の収集・知見の整理を求める。そのための助言として、マーケティング理論、消費者行動研究、実証研究の手続き方法等について説明する。本演習を通じ受講生は、マーケティング事象、研究テーマに関わる問題発見、問題解決能力を持つことができるようになる。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング戦略特論A	本講義では、マーケティング分野における基礎概念を復習し、サービス研究の系譜を概説する。その上で、J. Carlzonによる"Moments of Truth"の輪読を行う。これによって、サービスの特徴やサービス・マネジメントの基本的な概念と考え方を正確に理解させる。本講義を通じ受講生は、サービス・マーケティング、サービス・マネジメントに関する専門知識を習得し、さらに各サービス分野に関して、マーケティングとマネジメントの視点から考察できるようになる。	隔年
授業科目	マーケティング領域 マーケティング戦略特論B	本講義では、マーケティング分野におけるサービス・マーケティング研究の系譜を概説したうえで、S.L. Vargo & R.F. Luschによる"Service Dominant Logic"に関するいくつかの論文を輪読する。これによって、サービス・マーケティングとサービスドミナント・ロジックに関する基本概念や前提を正確に理解させる。本講義を通じ受講生は、サービス・マーケティングに関する専門知識を習得し、さらに個別のサービス提供企業のマーケティング戦略を検討できるようになる。	隔年

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授 業 科 目	マーケティング領域	マーケティング戦略演習A 本演習では、マーケティング戦略に関し、受講生が自らの研究テーマに即した論文（先行研究）を発表し、それに基づくディスカッションを行う。これによって、受講生の修士学位論文研究を掘り下げることを目的とする。 発表において受講生には、自らの研究テーマに関する学術論文を調べ、その概要や得られた知見の分析と整理を求める。 本演習を通じ受講生は、先行研究のレビューを通じて、研究課題を明確化するとともに、自身の研究仮説やリサーチクエスションを説明できるようになる。	
授 業 科 目	マーケティング領域	マーケティング戦略演習B 本演習では、マーケティング戦略について、受講生が自らの研究テーマに関する調査設計を行い、分析を進める。また、分析結果・結論・含意について発表し、ディスカッションを行う。 本演習を通じ受講生は、仮説検証・仮説創造などの方法論を学ぶとともに、自身の論文の新規性・研究価値を説明できるようになる。また、研究を推進するプロセスにおいて、分散分析・回帰分析・因子分析・共分散構造分析等々、適切な分析方法を選択し、実行できるようになる。	
授 業 科 目	マーケティング領域	マーケティング・マネジメント特論A 本講義では、マーケティング・マネジメントの中でも広告マネジメントを取り上げ、企業および消費者の視点にたって講義することで、広告マネジメントを効果・効率的に実行するために重要な概念、理論、基本的戦略について正確な理解を得ることを目的とする。 本講義を通じて受講生は広告マネジメントに関する専門的知識を修得し、企業の広告活動の目的や成果を推測できるようになる。	
授 業 科 目	マーケティング領域	マーケティング・マネジメント特論B 本講義では、マーケティング・マネジメントに関する意思決定の大部分を占めるマーケティング・コミュニケーション（MC）の計画・実行について、消費者の視点にたって講義することで、MCが消費者行動に及ぼす影響について理解することを目的とする。 本講義を通じて受講生はマーケティング・コミュニケーションの諸活動について専門的知識を修得し、のぞましい消費者行動を引き起こすための活動の組み合わせ（コミュニケーション・ミックス）に関して説明することができるようになる。	
授 業 科 目	マーケティング領域	マーケティング・マネジメント演習A 本演習ではマーケティング・マネジメントにおける主要な活動であるマーケティング・コミュニケーションに関する議論を通じて、受講生が自らの研究テーマにおける学術的および実務的意義について理解できるよう支援を行う。 議論において、受講生には自らの研究テーマに関する先行研究を調べ、それらのうち主要な研究について概要を示すことを求める。そのための助言として、主要な研究領域や理論について説明する。 本演習を通じ、受講生は自らの研究テーマについて、その意義を明確にすることができるようにするとともに、先行研究の論点を整理し、問題点を指摘できるようになる。	
授 業 科 目	マーケティング領域	マーケティング・マネジメント演習B 本演習ではマーケティング・マネジメントにおける主要な活動であるマーケティング・コミュニケーションに関する議論を通じて、受講生が自らの研究テーマにおける分析枠組みを設定することができるよう支援を行う。 議論において、受講生には自らの研究テーマに関する先行研究を精読することを求める。そのための助言として、それらの研究において取り上げられている概念や理論、分析手法について概説する。 本演習を通じ、受講生は自らの研究テーマについて、研究課題を明確にすることができるようにするとともに、リサーチ・デザインや概念、理論の選択ができるようになる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称		備考
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域	流通特論A	本講義では、現代の日本の消費財流通の現状についての理解を深めることを基本的狙いとしている。そのため、現代の消費財流通の特徴と問題点はどこにあるのかを明確にし、同時に小売業を具体的に理解するために、小売企業約10社の事例を取り上げて検討する。本講義を通じ、受講生は、消費財流通の現状に関する知識を修得する事ができ、同時に現代の消費財流通の問題点を整理することができる。また、小売企業の事例を、市場戦略と小売業務システムの視点からまとめることができるようになる。
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域	流通特論B	本講義では、小売業を対象にした研究をする場合に参考になる実証研究の仕方を学ぶことを狙いとしている。日本の小売業は業態によって盛衰が目だってきている。百貨店の成熟・衰退、総合スーパーの成熟、中小小売店の衰退。そして、ユニクロやニトリにみられる非食品のSPAの成長。このような業態の盛衰を各業態ごとに考察するとともにそれらの盛衰を理論的・実証的にどのように研究され、説明されているのかを講義する。本講義を通じて、受講生は、①業態盛衰の理論についての知識を深めることができる。②複数の業態盛衰の理論を説明できるようになる。③日本の主な小売業態の盛衰についての理解を深めることができる。④小売業を対象とした実証研究の仕方について理解できるようになる。
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域	流通演習A	本演習では、流通論、小売経営論、チャネル論などについて、受講生が自らの研究テーマに関する論文の内容やインタビュー調査あるいはアンケート調査結果を発表し、それに対して議論することで、修士論文の研究課題をさらに掘り下げることを目的とする。この発表を通じて、受講生は、自らの研究テーマに関する学術論文を収集し、その内容を理解し、得られた知見の分析と整理をする。本演習を通じ受講生は、修士論文作成のための研究課題をさらに掘り下げ、先行研究のレビューを整理することができるようになる。
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域	流通演習B	本演習では、流通論、小売経営論、チャネル論などについて、受講生が自らの研究テーマに関する論文・著書などを収集した結果を発表したり、インタビュー調査あるいはアンケート調査結果を発表し、その内容について議論していく。発表において受講生には、流通論、小売経営論、チャネル論などに関する各自の修士論文の研究テーマにおけるオリジナリティがどこにあるのかを常に意識させるように導いていく。本演習を通じ受講生は、各自の修士論文作成における問題点の発見とその解決プロセスを考えることができるようになる。また、修士論文のオリジナリティについて強く意識するようになる。
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域	ブランド戦略論特論A	本講義では、マーケティング分野におけるブランド研究の系譜を概説したうえで、K. L. Kellerの1990年代以降の著書を輪読することで、ブランド戦略論を議論するために必要な用語や概念を正確に理解させる。本講義を通じ受講生は、ブランド戦略に関する専門知識を習得し、さらに各国の特異なブランド戦略の事例について説明できるようになる。
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域	ブランド戦略論特論B	本講義では、マーケティング分野におけるブランド戦略論の中でも特に「顧客ベースのブランド資産」に関する理解を深めることを目的として、具体的なブランド構築及び効果的なブランド管理についての事例を取り上げながら、K. L. Kellerの「ブランド・レゾナンスのピラミッド」に関する新しい研究成果について講義する。本講義を通じ受講生は、今日の企業を中心とする組織体を取り巻く環境変化を考慮して、ブランド戦略研究者に求められる理論的、実践的な思考力と分析力を身につけることができる。

授 業 科 目 の 概 要			
(経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程)			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域 ブランド戦略論演習A	本演習では、ブランド戦略論について、受講生が自らの研究テーマに関する文献やアンケート調査結果を発表し、それに対して議論することで、修士学位論文の研究課題をさらに掘り下げることを目的とする。 発表において受講生には、自らの研究テーマに関する学術論文を調べ、その概要や得られた知見の分析と整理を求める。そのための助言として、ブランド戦略に関する各国の先行研究について説明する。 本演習を通じ受講生は、研究課題をさらに掘り下げ、先行研究のレビューを完成できる。	
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域 ブランド戦略論演習B	本演習では、ブランド戦略論について、受講生が自らの研究テーマに関する文献の調査結果を発表し、それに対して議論する。 発表において受講生には、ブランド戦略に関する各自の研究テーマにおけるオリジナルな問題解決に必要なモデルや先行研究からの新しい知見を求める。 本演習を通じ受講生は、各自の論文における問題点の発見とその解決のプロセスを身につけることができる。	
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域 サービス・マーケティング 特論A	本講義では、サービス・マーケティングについて、基本的な視点から講義することで、サービスの本質、特質、品質、顧客満足などについて理解することを目的とする。 本講義における受講生の学修到達目標は次の通りである。サービスに関する基礎概念について説明できる。物財のマーケティングとサービス・マーケティングの相違について説明できる。サービス品質の測定法について説明できる。顧客満足やさまざまな構成概念を把握して、それらの関係や測定法について説明できる。現実存在するサービス・マーケティングの課題を把握しそれへの解決策について説明できる。	
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域 サービス・マーケティング 特論B	本講義では、サービス・マーケティングについて、ノルディック学派の視点から講義することで、サービスの本質、特質、品質、顧客満足などについて理解することを目的とする。 本講義における受講生の学修到達目標は次の通りである。サービスに関するノルディック学派の概念をもとにサービスの諸概念を説明できる。従来の4Pに基づく物財のマーケティングとサービスを主体に考えるマーケティングの相違について説明できる。サービス・ドミナント・ロジックについて説明できる。さまざまな構成概念を把握して、その尺度について説明できる。	
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域 サービス・マーケティング 演習A	本演習では、サービス・マーケティングについての報告及び議論を通じて、受講生が自らの研究テーマに関する基礎理論を正確に把握し、自らの問題を基礎理論のなかに位置づけることを目的とする。 サービス・マーケティングに関する文献を探索し評価できるように、探索法と評価方法について説明したのち、受講生にはそれらの実践を求める。 本演習における受講生の学修到達目標は次の通りである。サービス・マーケティングに関する文献の探索をすることができる。それを正確に読み取ることができる。他の文献とあわせて、批判的に評価することができる。理論全体のなかで自分の研究テーマを位置づけることができる。	
授 業 科 目	マー ケ テ ィ ン グ 領 域 サービス・マーケティング 演習B	本演習では、サービス・マーケティングについての報告及び議論を通じて、受講生が自らの研究テーマに関する研究に関する実証分析に必要なことがらについて、基礎的なことができるようにすることを目的とする。 実証方法やアンケート作成について説明したのち、受講生にはそれらの実践を求める。 本演習における受講生の学修到達目標は次の通りである。仮説に応じた分析方法を選択することができる。サービス・マーケティングに関連する必要なアンケートを作成することができる。回収したデータを自らの目的にそって分析したり解釈できる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目	マーケティング領域 マーケティング・リサーチ 特論A	本講義では、マーケティング・リサーチについて、学術的および実務的な視点から講義することで、そのプロセスと手法を正しく理解・実践することを目的とする。本講義を通じて受講生は、マーケティング・リサーチの概念・意義・プロセス・データの種類・調査手法の特徴・測定尺度などを説明でき、調査票作成時の注意点について理解した上で、調査票を作成してデータを収集できるようになる。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング・リサーチ 特論B	本講義では、多変量解析について、マーケティングの視点から講義することで、マーケティング・リサーチにおける多変量解析の重要性を理解することを目的とする。本講義を通じて受講生は、多変量解析の手法について各々の内容を説明でき、分析手法間の関係を理解した上で、適切な手法を選択でき、アウトプットを正しく解釈・理解することで、設定したマーケティング課題の解決ができる。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング・リサーチ 演習A	本演習では、マーケティング・リサーチについての議論を通じ、受講生が自らの研究テーマにおけるマーケティング・リサーチの活用を理解できるよう支援を行う。議論において受講生には、先行研究を踏まえた自身の研究テーマにおけるリサーチ課題の設定を求める。そのための助言として、マーケティング・リサーチの概要について説明する。本演習を通じ受講生は、自身の研究テーマにおけるリサーチ課題を設定でき、そのリサーチ課題に対して、適切な調査票の作成ができる。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング・リサーチ 演習B	本演習では、マーケティング研究における多変量解析についての議論を通じ、受講生が自らの研究テーマにおける適切な分析手法を理解できるよう支援を行う。議論において受講生には、自身の研究テーマにおけるデータの収集・分析を求める。そのための助言として、代表的な多変量解析の手法について説明する。本演習を通じ受講生は、自身の研究テーマにおけるリサーチ課題を適切に設定し、適切な分析手法を選択・実践し、分析結果を正しく解釈することによって、マーケティング課題解決の糸口を見つけることができる。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング・サイエンス 特論A	本講義では、マーケティング・マネジメントの考え方を準拠し、科学的に市場を理解する方法である「マーケティング・サイエンス」の代表的な手法を学ぶ。本講義の目的は、市場機会の発見、マーケティング戦略、マーケティング・ミックスにおける市場の課題に対して適切な調査方法を選択し、分析して結果を解釈する能力を身につけることである。 本講義を通じて受講生は、マーケティング・サイエンスの位置づけについて述べられ、実際の市場課題（特に小売業者や消費者課題）に対して、適切な手法を用いて分析し、説明できるようになる。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング・サイエンス 特論B	本講義では、典型的な市場課題を中心に、それらの課題に対する調査分析手法について学ぶ。本講義の目的は、マーケティング・サイエンスにおける代表的な統計分析手法を習得し、統計的思考方を理解した上で、実際のデータを用いて実践することである。 本講義を通じて受講生は、データ分析ソフトを道具として用い、講義で学んだ分析手順を再現できるようになる。また、統計ソフトの使い方だけでなく、分析手法の有効性と結果の妥当性も説明できるようになる。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング・サイエンス 演習A	本演習では、市場の動向や消費者行動の変化についての発表・議論を通じて、受講生が自らの研究テーマに関連するデータを処理しながら、市場の動向や消費者行動の特徴について分析し説明できることを目的とする。 発表において、受講生には自ら関心を持つ研究テーマに関する先行研究を調べ、その概要や得られた知見の分析と整理を求める。そのための助言として、研究の問題意識、仮説の設定、データの収集方法及び適切な分析手法について説明する。 本演習を通じ受講生は、研究テーマに関する先行研究のレビューの仕方を習得し、効果的なプレゼンテーションができるようになる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目	マーケティング領域 マーケティング・サイエンス演習B	本演習では、市場の動向や消費者行動の変化について、受講生が自らの研究テーマに関する文献の調査結果を発表し、それに対して議論する。 発表において受講生には、マーケティング・サイエンスに関する各自の研究テーマにおけるオリジナルな問題意識、仮説及びそれに対する必要な分析からの新しい知見を求める。演習では、それぞれの研究に関係する先行研究の説明、データ分析のスキル習得、及びモデリングに関する検討なども行う。 本演習を通じ受講生は、各自の論文における問題点の発見とその解決のプロセスを身につけることができる。	
授業科目	マーケティング領域 グローバル・マーケティング特論A	本講義では、国境を越えたマーケティング活動について、マーケットリサーチ、ならびに、マーケティングミックスの標準化・適合化・複合化の視点から講義することで、国際マーケティングの基礎理論を理解することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、国際マーケティング活動における参入モードの選択とマーケティングプログラムの調整について論理的に述べるようになる。	隔年
授業科目	マーケティング領域 グローバル・マーケティング特論B	本講義では、グローバルに展開されるマーケティング活動について、マーケティング活動の調整と統合、さらには文化的相違の視点から講義することで、グローバル・マーケティングの概念と実践的なアプローチを理解することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、グローバル・マーケティングに関する定義と概念、各地域や国で展開される種々な活動の調整と統合、異文化間の消費者行動への理解と対応について論理的に述べるようになる。	隔年
授業科目	マーケティング領域 グローバル・マーケティング演習A	本演習では、国際マーケティングに関するさまざまな事象についての議論を通じ、受講生が自らの研究テーマにおける学術的かつ実務的意義を理解できるよう支援を行う。 議論において受講生には、自主的な発表とディスカッションを求める。そのための助言として、国際マーケティングの基礎的な理論体系について説明する。 本演習を通じ受講生は、国境を越えて展開されるマーケティング活動のさまざまな事象について自ら分析・説明できるようになる。	
授業科目	マーケティング領域 グローバル・マーケティング演習B	本演習では、グローバル・マーケティングに関するさまざまな事象についての議論を通じ、受講生が自らの研究テーマにおける学術的・実務的意義を理解できるよう支援を行う。 議論において受講生には、積極的な発表とディスカッションを求める。そのための助言として、マーケティング活動のグローバルな調整と統合に関する概念や理論について説明する。 本演習を通じ受講生は、グローバルに展開されるマーケティング活動が直面するさまざまな課題について指摘し、かつ説明できるようになる。	
授業科目	マーケティング領域 グローバル・ファイナンス特論A	本講義では世界金融危機の原因やその背景について、グローバル化がもたらす負の外部性の視点から講義することで、現在の世界経済が抱える諸問題を理解することを目的とする。本講義を通じて受講生は、金融機関の役割、国境を越える金融取引や金融政策が及ぼす影響について説明し、グローバル経済におけるカネの流れと金融アーキテクチャについて、論理的に述べる事が出来るようになる。	
授業科目	マーケティング領域 グローバル・ファイナンス特論B	本講義では世界金融危機以降の世界経済や金融システムが抱える脆弱性について、グローバル化がもたらす負の外部性の視点から講義することで、現在の世界経済が抱える諸問題を理解することを目的とする。本講義を通じて受講生は、グローバル化時代の国家の果たすべき役割をマネーの側面から捉え、マネー資本主義がもたらす負の外部性について説明できるようになる。また、グローバル化の進展という不可避の現象のなかで、持続的な経済発展や個人所得の上昇、さらには経済格差の是正といった政策課題について、自らの考えを述べられるようになる。	

授 業 科 目 の 概 要			
(経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程)			
科目 区分	授業科目の名称		備考
授業科目	マーケティング領域	グローバル・ファイナンス 演習A	本演習では、世界金融危機の原因やその背景について、議論を通じ、受講生が自らの研究テーマにおける国際金融の基礎理論を理解できるように支援を行う。議論において受講生には、マクロデータを参照しながら現実と理論とのギャップを説明することが求められる。そのための助言として、マクロデータの分析方法について説明する。本演習を通じて受講生は、グローバル経済におけるカネの流れと金融アーキテクチャのあるべき姿について、科学的根拠に基づいて、自らの考え述べる事が出来るようになる。
授業科目	マーケティング領域	グローバル・ファイナンス 演習B	本演習では、世界金融危機以降の世界経済や金融システムが抱える脆弱性の原因や背景について、議論を通じ、受講生が自らの研究テーマにおける国際金融の応用理論を理解できるように支援を行う。議論において受講生には、マクロデータを参照しながら現実と理論とのギャップを説明することが求められる。そのための助言として、マクロデータの分析方法について説明する。本演習を通じて受講生は、グローバル化時代の国家の果たすべき役割をマネーの側面から捉え、マネー資本主義がもたらす負の外部性、さらにグローバル化の進展という不可避の現象のなかで、持続的な経済発展や個人所得の上昇、さらには経済格差の是正といった政策課題について、科学的根拠に基づいて自らの考えを述べられるようになる。
授業科目	マーケティング領域	情報管理論特論A	本講義では、マーケティングサイエンス研究に必要な基本的な統計解析手法について、その理論的背景知識と、表計算ソフトウェアEXCELおよび統計解析ソフトウェアRの活用方法を講義することで、マーケティングサイエンス研究におけるデータ分析技法を実践的に修得することを目的とする。具体的には、検定、分散分析、重回帰分析などの基本的な手法から、構造方程式モデルなどの手法を学習する。また、マーケティングサイエンス研究に関する英文研究論文を輪読し、統計解析手法の研究論文における活用方法を学習する。 本講義を通じて受講生は、統計分析ソフトウェアRおよびEXCELを用いた基礎的なデータ分析ができるようになる。また、英文のマーケティングサイエンス研究に関する基礎的な論文を読解できるようになる。
授業科目	マーケティング領域	情報管理論特論B	本講義では、マーケティングサイエンス研究に必要な応用的な統計解析手法について、その理論的背景知識と、統計解析ソフトウェアRの活用方法を講義することで、マーケティングサイエンス研究におけるデータ分析技法を実践的に修得することを目的とする。具体的には、クラスターリング、分類、相関ルールマイニング等のデータマイニングに関する手法を重点的に学習する。また、マーケティングサイエンス研究に関する英文研究論文を輪読し、統計解析手法の研究論文における活用方法を学習する。 本講義を通じて受講生は、統計分析ソフトウェアRを用いた応用的なデータ分析ができるようになる。また、英文のマーケティングサイエンス研究に関する応用的な論文を読解できるようになる。
授業科目	マーケティング領域	情報管理論演習A	本演習では、データマイニングなどの情報マネジメントについての報告および議論を通じて、受講生が自らの研究テーマに関する学術的および実務的意義を理解し、修士学位論文の研究課題をさらに掘り下げることが目的とする。発表において受講生には、自らの研究テーマに関する学術論文を調べ、その内容を理解し、得られた知見の分析と整理を求める。そのための支援として、情報マネジメント研究の研究動向、およびデータ分析技法について説明する。本演習を通じて受講生は、研究課題をさらに掘り下げ、先行研究のレビューを整理することができるようになる。

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目	マーケティング領域 情報管理論演習B	本演習では、機械学習などの情報マネジメントについての報告および議論を通じて、受講生が自らの研究テーマに関する学術的および実務的意義を理解し、修士学位論文の研究課題をさらに掘り下げることを目的とする。 発表において受講生には、自らの研究テーマに関する学術論文を調べ、その内容を理解し、得られた知見の分析と整理を求めるとともに、自らの研究のオリジナリティを明確化することを求める。そのための支援として、情報マネジメント研究の研究動向、およびデータ分析技法について説明する。本演習を通じ受講生は、研究課題をさらに掘り下げ、自らの研究テーマの先行研究に対する位置づけを明らかにすることができるようになる。	
授業科目	マーケティング領域 統計学特論A	本講義では、社会現象を客観的データを通して把握するという視点から、経営学の諸領域（特にマーケティングの領域）に見られる様々な現象を、科学的に分析することを目的としている。本講義を通して受講生は、1. データの種類や目的にあったグラフを用いて、データの特徴を説明できる 2. データを数値で記述し、その特徴を説明できる 3. 相関関係と因果関係の違いを説明できる 4. 単回帰分析により、説明変数の値から目的変数の値を予測できるようになる。	
授業科目	マーケティング領域 統計学特論B	本講義では、社会現象を客観的データを通して把握するという視点から、経営学の諸領域（特にマーケティングの領域）に見られる様々な現象を、科学的に分析することを目的としている。本講義を通して受講生は、1. 正規分布を用いて特定の条件となる確率を算出できる 2. 正規分布と標本分布の違いを説明できる 3. 基礎的な仮説検定を行い、帰無仮説を棄却できるか否かを判断できるようになる。	
研究指導科目	経営学領域 経営学研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、経営学分野における経営学の原理、特に経営と社会の関係に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、研究するテーマの明確化（研究の背景と方向性など）、先行研究（主要な理論、調査結果報告に関する広範な文献レビューなど）、キーワードの抽出・検討、研究方法（理論研究、調査研究、歴史研究など）を指導する。 本研究指導を通じ受講生は、修士論文として要求される水準の理論分析、調査・検証方法ができるようになる。	
研究指導科目	経営学領域 経営学研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、経営学の原理、特に経営と社会の関係に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、先行研究（主要な理論、調査結果報告の文献レビューなど）、研究方法（論理的な分析、調査・検証方法など）を指導する。 また、受講生の各自の研究テーマの発表について、研究成果の確認と追加的な文献、事例研究の指導を通じて、論文の充実を図る。 本研究指導を通じ受講生は、修士論文として要求される水準の理論分析、調査・検証方法ができるようになる。	
研究指導科目	経営学領域 経営史研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、近現代ヨーロッパ、アメリカを中心とする経営史に関する研究とする。 ビブリオグラフィ作成と文献及び一次史料の読解、史料批判能力の取得を最重視する。各受講生の研究テーマに応じて必要な外国語文献及び一次史料への検索・アクセス方法、英語・フランス語手稿文書のパレオグラフィなどを指導する。 本研究指導を通じ受講生は、修士論文執筆に必要な文献の検索方法と読解・史料批判能力を身につける。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導 科目	経営学領域 経営史研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、近現代ヨーロッパ、アメリカを中心とする経営史に関する研究とする。 各受講生の研究テーマに応じて、より具体的な研究課題の設定、課題に応じた研究史の構築、史料に基づく論文構成などの方法を指導する。 本研究指導を通じ受講生は、修士論文執筆のための実際的な研究上の手続きを開始し、執筆に取り組めるようになる。	
研究指導 科目	経営学領域 経営戦略研究指導A	本研究指導は、経営戦略に関する修士論文を作成するために必要な手法を習得することを目的とする。経営現象を分析するためには、関連した領域に関する知識と理論を知り、これまでの先人の知見では明らかになっていない部分を明確に認識する必要がある。それが修士論文のテーマとなりうる。本研究指導では、研究テーマの設定と先行研究のレビュー、研究方法に関する検討を行う。本研究指導を通じ受講生は、修士論文として要求される水準の理論分析、調査・検証方法ができるようになる。	
研究指導 科目	経営学領域 経営戦略研究指導B	本研究指導は、経営戦略に関する修士論文を作成するために必要な手法を習得することを目的とする。研究テーマを設定した後は、分析する理論的枠組みを明確にし、具体的にどのような作業をするべきかを計画し、データを収集し、分析するなどの作業をする必要がある。本研究指導では、研究テーマに即して、データの収集、整理の仕方について助言を行う。本研究指導を通じ受講生は、修士論文として要求される水準の理論分析、調査・検証方法ができるようになる。	
研究指導 科目	経営学領域 経営組織研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、経営組織論に関する研究とする。 受講生各自の関心をもつ研究領域に即して、研究テーマの再検討と先行研究のレビュー、研究方法を指導する。 本研究指導を通じ受講生は、修士学位論文として要求される水準に見合った理論分析、調査・検証方法について身につける。	
研究指導 科目	経営学領域 経営組織研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、経営組織論に関する研究領域とする。 受講生各自の研究テーマに即して、データの整理の仕方について、専門的な助言・指導を行う。 本研究指導を通じ受講生は、専門的な学術論文として要求される水準に見合った分析結果を提示し、論文としてまとめるスキルを身につける。	
研究指導 科目	経営学領域 企業論研究指導A	本研究指導では、大学院博士前期課程での修士論文の執筆を目的としている。従って、ここでは、国内外の各種文献や論文、関連資料を収集・分析し、先行研究を徹底的にレビューするとともに、各種データ等を用いながら、受講生の研究テーマに焦点を当てつつ、当該研究領域の深度化を理論的に図れるように指導する。従って、現代企業経営の変化の度合いと進化の過程を解明する能力を養うまでを到達目標としている。そのために、研究論文執筆の際のさまざまな手法を教授するとともに、修士論文を完成させるまで指導する。	
研究指導 科目	経営学領域 企業論研究指導B	本研究指導では、大学院博士前期課程での修士論文の執筆を目的としている。企業論研究指導Aで培ってきた論文執筆の基礎的知識をさらに向上させることを意図している。従って、国内外の各種文献や論文、関連資料を収集・分析し、先行研究を徹底的にレビューするとともに、各種データ等を用いながら、当該研究領域の深度化を理論的に図り、論文の学問的水準の高度化を実現できるように指導する。企業論研究指導Bでは、現代企業経営の変化の度合いと進化の過程を解明する能力を養うまでを到達目標としている。そのために、研究論文執筆の際のさまざまな手法を教授するとともに、修士論文の完成までを具体的に指導する。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導 科目	経営学 領域	技術経営論研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、技術経営に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、研究するテーマの明確化（研究の背景と方向性など）、先行研究（主要な理論、調査結果報告に関する広範な文献レビューなど）、キーワードの抽出・検討、研究方法（理論研究、調査研究、歴史研究など）を指導する。 本研究指導を通じ受講生は、修士論文として要求される水準の理論分析、調査・検証方法ができるようになる。
研究指導 科目	経営学 領域	技術経営論研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、技術経営に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、先行研究（主要な理論、調査結果報告の文献レビューなど）、研究方法（論理的な分析、調査・検証方法など）を指導する。 また、受講生の各自の研究テーマの発表について、研究成果の確認と追加的な文献、事例研究の指導を通じて、論文の充実を図る。 本研究指導を通じ受講生は、修士論文として要求される水準の理論分析、調査・検証方法ができるようになる。
研究指導 科目	経営学 領域	国際経営論研究指導A	グローバル時代における多国籍企業の行動パターンや、その現代社会にもたらした功罪について深く追求することは、本研究指導の主な目的である。多国籍企業のケーススタディを通じて、国際経営と世界経済への理解を深め、研究機関や国際舞台で活躍する人材に求められる知識とスキルの習得を目標とする。本研究指導の履修を通じて、履修者全員が企業経営に関する新しい知見と世界の代表的な多国籍企業の組織構造とその行動パターンを理解されると同時に、国際的視野と将来ビジョンをもたれることが期待される。また、本研究指導を通じ受講生は、修士論文として要求される水準の理論分析、調査・検証方法ができるようになる。
研究指導 科目	経営学 領域	国際経営論研究指導B	本研究指導では、今日における多国籍企業の行動パターンや、そのグローバル化における功罪、グローバリゼーションの今後について深く追求することを目的とする。関連文献の輪読を通して、国際経営と世界経済に関する理解を深め、研究機関や国際舞台で活躍する人材に求められる知識とスキルの習得を目指す。本研究指導の履修を通して、履修者には多国籍企業のグローバル経営に関する新しい知見とスキルを得ると同時に、国際的視野と将来のビジョンをもたれることを目標とする。そのために、修士論文執筆際のロジカル思考法と理論分析スキル等を教授するとともに、論文の完成までさまざまな指導を行う。
研究指導 科目	経営学 領域	非営利組織経営論研究指導 A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、非営利組織の経営管理に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して個別に指導していく。具体的には、研究テーマの研究背景と研究目的を明確化していく。また、研究テーマに関するキーワードの抽出を指示し、先行研究を紹介し、さらなる検索の仕方についても指導していく。 本研究指導を通じて受講生は、研究テーマをより明確にし、参考にするべき選考研究の理解を深め、自身の論文作成を行うことができる。
研究指導 科目	経営学 領域	非営利組織経営論研究指導 B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、非営利組織の経営管理に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して個別に指導していく。具体的には、研究テーマの研究背景と研究目的を明確化していく。また、研究テーマに関するキーワードの抽出を指示し、先行研究を紹介し、さらなる検索の仕方についても指導していく。 本研究指導を通じて受講生は、研究テーマをより明確にし、参考にするべき選考研究の理解を深め、自身の論文作成を行うことができる。最終的には研究論文としてまとめることを目的とする。

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導科目	経営学領域 経営財務研究指導A	本研究指導は、企業財務の諸問題、金融資産の評価、投資戦略、金融工学の研究、およびこれらの研究に必要な理論と方法論の習得について指導を行う。具体的には、まず研究テーマに関する理論的枠組みと研究方法を習得し、そのうえで、研究の方向性を明確にし、自身の研究を積み上げていく。そのため、受講生は最新の研究成果を把握するための文献レビュー、実態調査等の作業が要求される。本研究指導を通して、受講生は修士論文で要求される研究内容に関する理論的分析能力、実証能力を身につけるようになる。	
研究指導科目	経営学領域 経営財務研究指導B	本研究指導は、企業財務の諸問題、金融資産の評価、投資戦略、金融工学の研究について指導を行い、これらの研究テーマに関する修士論文の完成を目指す。また、研究発表、論文の作成などについても指導する。受講生には、自身の研究テーマに関して、既存研究および研究進展の見通しを熟知し、自身の研究内容の位置づけを明確にして、新しい知見を見出すことが要求される。本研究指導を通して、受講生は高度な専門知識と分析能力を身につけ、さらに、新しい知見を見出し、それを伝える能力を身につけることになる。	
研究指導科目	経営学領域 情報システム論研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、経営情報システムとする。受講生の研究テーマの明確化、先行研究の探索、研究方法を指導する。特にコンピュータ実践をテーマとする場合は、プログラミングも合わせて指導する。これらの指導により、受講生は、修士学位論文の対象と方法を理解し、学位にふさわしい水準の研究を開始することができる。	
研究指導科目	経営学領域 情報システム論研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、経営情報システムとする。研究指導Aによって明確化された受講生の研究テーマに即して、先行研究のレビューや課題の抽出、修士論文（あるいは投稿論文）の構成や内容に関する指導を行う。特にコンピュータ実践をテーマとする場合は、プログラミングも合わせて指導する。これらの指導により、受講生は、修士学位にふさわしい形式と内容を備えた論文を作成することが可能となる。	
研究指導科目	経営学領域 経営システム論研究指導A	本研究指導では、修士論文に関連する文献を収集しレビューにあたる部分を完成させ、研究テーマの選定・決定に資する指導を行う。指導する領域は、経営システムの数理的モデル化が可能なものを対象とし、モデル分析や場合によっては方法論の開発も含む研究とする。収集すべき文献は個別のテーマに応じて指導する。本研究指導を通じ受講生は、修士論文の基礎部分を完成させ、中間的結果の検討や議論を反復することで研究テーマの確立を図りつつ、論文執筆に必須の態度を養い効果的な発表方法を習得することができるようになる。	
研究指導科目	経営学領域 経営システム論研究指導B	本研究指導では、修士論文を執筆するための指導を行う。領域は、経営システムの数理的モデル化が可能なものを対象と、モデル分析や方法論の開発も含む。解決すべきことは何か、知見を得るためにすべきことはなにか、必要な議論や実装・実験・分析方法など個別に指導する。口述試験での報告（研究目的、研究背景と研究課題の意義、研究の方法と議論・考察、結論）の指導も行う。本研究指導を通じ受講生は、数理的モデルによる解決手法の視点から、論理的アプローチと実践的解決方法を身につけることができる。	
研究指導科目	マーケティング領域 マーケティング研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、マーケティング分野とする。その中には、消費者行動研究も含まれる。受講生各自の研究テーマに即して、研究テーマの明確化、先行研究（主要な理論、実証研究に関する広範な文献）レビューなど、そして、キー概念の抽出・検討、研究方法（理論研究、実証研究、歴史研究など）を指導する。本研究指導を通じ受講生は、修士論文として要求される水準の理論研究、実証研究ができるようになる。	

授 業 科 目 の 概 要				
(経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程)				
科目 区分		授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究 指導 科目	マー ケ ー テ ィ ン グ 領 域	マーケティング研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、マーケティング分野とする。その中には、消費者行動研究も含まれる。受講生各自の研究テーマに即して、研究テーマの明確化、具体化を行なう。先行研究のレビューを土台にして、キー概念の設定、概念モデルの検討・構築、仮説の導出、そして、実際の実証研究を指導する。そこにおいて、受講生の各自の研究テーマの発表にもとづき、研究成果の確認と追加的な文献、実証研究の指導を行い、論文のさらなる充実を図る。 本研究指導を通じ受講生は、修士論文として要求される水準の理論研究、実証研究ができるようになる。	
研究 指導 科目	マー ケ ー テ ィ ン グ 領 域	マーケティング戦略研究指導A	本研究指導では、修士学位論文の先行研究（文献）レビューにあたる部分を完成させるための指導を行う。 指導する領域は、マーケティング戦略に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、熟読すべき先行研究及び有効なケーススタディなどを個別に指導する。 本研究指導を通じ受講生は、修士学位論文の基礎部分を完成させ、またディスカッションを繰り返す中で、より効果的で高度なプレゼンテーション方法を習得することができるようになる。	
研究 指導 科目	マー ケ ー テ ィ ン グ 領 域	マーケティング戦略研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、マーケティング戦略に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、新しい問題発見と解決につながる文献を指示するとともに、研究テーマに即した調査・分析を指導する。また、口述試験における報告（研究の目的、研究背景と研究課題の意義、研究方法とプロセス、結論）の指導も行う。 本研究指導を通じ受講生は、マーケティング研究の専門的な視点から論理的思考と実践的な姿勢を身につけ、アカデミックな質疑に対応できるようになる。	
研究 指導 科目	マー ケ ー テ ィ ン グ 領 域	マーケティング・マネジメント研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、マーケティング・コミュニケーションとする。 受講生各自の研究テーマに即して、先行研究の探索方法、クリティカル・リーディングの方法について指導する。 本研究指導を通じ受講生は、自らの研究テーマに関してより適切な先行研究を探すことができるようになり、先行研究を批判的に捉えつつその問題点を指摘できるようになる。	
研究 指導 科目	マー ケ ー テ ィ ン グ 領 域	マーケティング・マネジメント研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、マーケティング・コミュニケーションとする。 受講生各自の研究テーマに即して、複数の先行研究に基づいた文献レビューの執筆方法、文献レビューを踏まえた仮説の構築方法について指導する。 本研究指導を通じ受講生は、自らの研究テーマに関して文献レビューを執筆することができ、仮説を構築することができるようになる。	
研究 指導 科目	マー ケ ー テ ィ ン グ 領 域	流通研究指導A	本研究指導では、流通問題や消費財メーカーのチャネル戦略に関する修士論文作成のための各種の指導をしていく。最初に、修士論文についてのテーマ設定について議論していく。テーマが決まるまでの間、「情報の収集方法」「情報収集の実習」「研究方法について」「論文の形式について」の知識を提供し、修士論文とは何かについての理解を深めさせる。テーマ設定が終わったら、そのテーマに関連する研究成果情報を収集し、重要だと思う論文の内容を報告させ、議論していく。本講義を通じて、受講生は、①研究テーマを明確にすることができる。②研究テーマに関する重要論文3本を見つけることができる。③重要論文3本の内容を熟読して、内容を理解することことができるようになる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導科目	マーケティング領域 流通研究指導B	本研究指導では、流通問題や消費財メーカーのチャネル戦略に関する修士論文作成のための各種の指導をする。この指導は主に議論することによって進める。まず、修士論文というものの形式を再確認し、研究倫理上の注意もする。次に、研究テーマの妥当性について議論する。その後、研究成果が出た部分の報告をしてもらいながら、議論していく。本講義を通じて、受講生は、①修士論文の形式を理解することができる。②論文のテーマの選択のしかたに関する研究者の常識を理解することができる。③研究に必要な情報を収集する事ができるようになる。④修士論文の章構成を作ることができるようになる。⑤修士論文の概要と仮説を指導教員に説明することができるようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 ブランド戦略論研究指導A	本研究指導では、修士学位論文の先行研究（文献）レビューにあたる部分を完成させるための指導を行う。 指導する領域は、ブランド戦略論に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、熟読すべき先行研究及び有効なケーススタディなどを個別に指導する。 本研究指導を通じ受講生は、修士学位論文の基礎部分を完成させ、またディスカッションを繰り返す中で、より効果的で高度なプレゼンテーション方法を習得することができるようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 ブランド戦略論研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、ブランド戦略論に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、新しい問題発見と解決につながる文献を指示し、その調査・分析を指導する。また、口述試験における報告（研究の目的、研究背景と研究課題の意義、研究方法とプロセス、結論）の指導も行う。 本研究指導を通じ受講生は、ブランド戦略研究の専門的な視点から論理的思考と実践的な姿勢を身につけ、アカデミックな質疑に対応できるようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 サービス・マーケティング研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、サービス・マーケティングに関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに関して、研究するテーマの明確化（研究の背景、研究目的、研究の方向性など）、先行研究の探索と評価（主要な文献、調査報告、関連文献などに関する探索と批判的評価）などを指導する。 本研究指導における受講生の学修到達目標は次の通りである。修士論文として要求される水準の理論面での分析と仮説構築ができ、その実証方法を選択することができる。	
研究指導科目	マーケティング領域 サービス・マーケティング研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、サービス・マーケティングに関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに関して、先行研究の探索と評価（主要な文献、調査報告、関連文献などに関する探索と批判的評価）と仮説構築、アンケート作成、統計分析などの実証方法などを指導する。 本研究指導における受講生の学修到達目標は次の通りである。修士論文として要求される水準の理論的分析に基づく仮説構築ができ、それを実証し、論文として完成できる。	
研究指導科目	マーケティング領域 マーケティング・リサーチ研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、流通研究に関する実証研究とする。受講生各自の研究テーマに即して、先行研究（主要な理論など）、研究方法（論理的な分析、調査・検証方法など）を指導する。本研究指導を通じ受講生は、自身の研究テーマにおけるリサーチ課題を設定でき、そのリサーチ課題に対して、適切な調査票の作成ができる。	
研究指導科目	マーケティング領域 マーケティング・リサーチ研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、流通研究に関する実証研究とする。受講生各自の研究テーマに即して、先行研究（主要な理論など）、研究方法（論理的な分析、調査・検証方法など）を指導する。本研究指導を通じ受講生は、自身の研究テーマにおけるリサーチ課題を適切に設定し、適切な分析手法を選択・実践し、分析結果を正しく解釈することで、マーケティング課題解決の糸口を見つけることができる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士前期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導科目	マーケティング領域 グローバル・マーケティング研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、国際マーケティングをベースとしたブランド管理と消費者行動とする。受講生各自の研究テーマに即して、先行研究のレビュー、データの収集と分析、論理的な解釈と考察ができるよう研究指導を行う。本研究指導を通じ受講生は、修士論文に求められる新規性と論理性、そして理論的・実務的有意性を理解し、実践できるようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 グローバル・マーケティング研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、国境を越えて行われるマーケティングをベースとした消費者行動とブランド管理である。受講生各自の研究テーマに即して、論理的な先行研究のレビュー、方法論の設計と実践、分析結果の解析と考察について指導する。本研究指導を通じ受講生は、修士論文として備えるべき新規性と論理性、そして理論的かつ実務的な有意性を理解し、実践できるようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 グローバル・ファイナンス研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は国際金融とする。受講生各自の研究テーマに即して、理論モデルの構築と分析の方法論を指導する。本研究指導を通じ受講生は、計量経済学モデルの構築と分析に先立って、経済理論モデルの理解および応用や拡張を、自らの関心に照らして行えるようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 グローバル・ファイナンス研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための指導を行う。指導する領域は国際金融とする。受講生各自の研究テーマに即して、理論モデルの構築と分析の方法論を指導する。本研究指導を通じ受講生は、計量経済学の手法に則った経済データ分析が出来るようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 情報管理論研究指導A	本研究指導では、修士学位論文を作成するための基本的な指導を行う。指導する領域は、情報技術を活用したマーケティング研究とする。受講生各自の研究テーマに即して、関連する先行研究の調査方法および内容の読解について指導し、各自の研究テーマを深掘りするための支援を行う。また、研究テーマに関するデータの分析計画、収集方法、解析方法について指導する。本研究指導を通じ受講生は、情報技術を活用したマーケティング研究の専門的な視点から論理的かつ批判的に思考・議論し、先行研究を踏まえた有意義なリサーチクエスチョンを設定し、その解となるデータを収集・分析できるようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 情報管理論研究指導B	本研究指導では、修士学位論文を作成するための発展的な指導を行う。指導する領域は、情報技術を活用したマーケティング研究とする。受講生各自の研究テーマに即して、関連する先行研究の調査方法および内容の読解について指導し、各自の研究テーマを深掘りするための支援を行う。また、研究テーマに関するデータの分析計画、収集方法、解析方法について指導するとともに、修士論文の構成についての指導も行う。本研究指導を通じ受講生は、情報技術を活用したマーケティング研究の専門的な視点から論理的かつ批判的に思考・議論し、先行研究を踏まえた有意義なリサーチクエスチョンを設定し、その解となるデータを収集・分析できるようになる。また、それらを修士論文として構成する方法を理解できるようになる。	

（注）

- 開設する授業科目の数に応じ、適宜枠の数を増やして記入すること。
- 私立の大学若しくは高等専門学校に於ける学則の変更の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合、大学等の設置者の変更の認可を受けようとする場合又は大学等の廃止の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合は、この書類を作成する必要はない。

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 経営学領域	経営学特殊研究A	本講義では、経営学の研究方法、経営の原理について、企業を含む組織体が直面している課題を取り上げて講義することで、経営学的な課題への取り組みと解決策について独自の知見を獲得することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、経営学の原理的な課題について先行研究を踏まえた高度な専門的知見の獲得のために求められる理論的、実践的な視点や思考を身につけることができる。 さらに、高度な専門的研究の観点から今日の経営行動（経営目標、経営理念、経営の戦略と組織など）や経営体制（株式会社の経営制度、企業統治など）の原理的、個別的な問題についてデータや資料に基づき精緻な分析、説明することができる。	
授業科目 経営学領域	経営学特殊研究B	本講義では、「経営と社会との関係」について、今日の企業を含む組織体を取り巻く環境変化を個別的に取り上げて講義し、総合的、複眼的な思考を身につけるとともに独自の知見を提示することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、経営のグローバル化（経営文化、日本の経営、経営の現地化など）、経営の社会的責任（地球環境問題、貧困、人権問題など）そしてイノベーションの拡張問題（エコ・システム、エコ・イノベーション、ソーシャルイノベーションなどの問題）について、経営学研究に求められる理論的、実践的な思考力と分析力の高度な専門的知見を獲得し、事例研究を取り入れて創造的、有用な提案ができるようになる。	
授業科目 経営学領域	経営組織論特殊研究A	本講義では、経営組織に関して、独自の研究課題を明らかにすることを目的とする。受講生は、自らの研究テーマに関する先行研究を整理した結果を発表し、それに対し議論を行う。 本講義を通じて受講生は、経営組織に関する先行研究を踏まえて理論的な視点を提示するとともに社会科学の研究方法を身につけることができる。	
授業科目 経営学領域	経営組織論特殊研究B	本講義では、経営組織に関して、独自の研究課題を明らかにすることを目的とする。受講生は、自らの研究テーマに関する分析結果を発表し、それに対し議論を行う。 本講義を通じて受講生は、自らの分析結果に関する課題を明確化し、その改善方法について身につけることができる。	
授業科目 経営学領域	企業論特殊研究A	本講義では、大学院博士後期課程での現代企業研究を国内外の代表的な企業に焦点を当てつつ、当該企業の設立や発展過程、具体的な戦略展開などについて講義する。そのためには、各種国内外の文献・論文・資料・データを収集・分析し、特に海外の先行研究を徹底的にレビューする。同時に、各種データ等を用いながら、未だ研究があまり進んでいない領域について、独自の研究領域の確立に務められるように指導する。従って、現代企業経営の変化の度合いと進化の過程を解明する能力を養うまでを到達目標としている。	
授業科目 経営学領域	企業論特殊研究B	本講義では、大学院博士後期課程において博士論文の執筆の基本となる企業分析手法の確立を目的としている。すでに競争戦略論や組織戦略論などではさまざまな分析手法が取り上げられているが、ここでは改めてマクロ要因としての外部環境の変化と、ミクロ要因としての内部環境の変化に対して、同時に対応可能なビジネスモデルの構築を試みることとする。特に、国内外の各種データ等を用いながら、新たなバランス・スコアカードの作成に取組み、当該研究領域における学問的知見と、独自の研究領域の確立が形成されるように指導する。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目	経営学領域 技術経営論特殊研究A	本講義では、技術経営の研究手法、「価値づくりの経営学」について、産業・企業が直面している課題を取り上げて講義することで、経営学的な課題への取り組みと解決策について独自の知見を獲得することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、技術経営の原理的な課題について先行研究を踏まえた高度な専門的知見の獲得のために求められる理論的、実践的な視点や思考を身につけることができる。 さらに、高度な専門的研究の観点から今日の製品開発戦略、組織構造・プロセスのマネジメントの個別的な問題についてデータや資料に基づき精緻な分析、説明することができる。	
授業科目	経営学領域 技術経営論特殊研究B	本講義では、技術経営について、製品アーキテクチャや事業システムを個別的に取り上げて講義し、総合的、複眼的な思考を身につけるとともに独自の知見を提示することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、製品アーキテクチャ、プラットフォーム戦略、事業システム、ネットワークのマネジメントについて、技術経営研究に求められる理論的、実践的な思考力と分析力の高度な専門的知見を獲得し、事例研究を取り入れて創造的、有用な提案ができるようになる。	
授業科目	経営学領域 国際経営論特殊研究A	新興国の多国籍企業の海外進出にはどのような特徴があるか。また、既存の多国籍理論の有効性とその限界は何か。さらに、新しい多国籍企業理論の確立にはどのような要件が必要なのか。本特殊研究では、これら課題を念頭に置きつつ、国際経営論の最先端を追ってみる。本特殊研究の目標は、①世界経済のグローバル化の進展とその背景について理論的に分析できるようになること、②多国籍企業の行動パターンとその問題点について鋭く指摘することができるようになること、③新興国多国籍企業の海外進出戦略とその特徴を把握すると同時に、多国籍企業理論一般に対する理解が深化されるようになること、である。	
授業科目	経営学領域 国際経営論特殊研究B	本講義の目的は、新興国多国籍企業の海外進出の特徴を解明することである。本来発展途上国としていた新興国がなぜ多国籍企業の母国となったのか。また、新興国多国籍企業の海外進出戦略は何か。既存の多国籍理論の代わりに、新しい多国籍企業理論をどのような要件で確立されるか、などは、本特殊研究で究明しようとする課題である。本特殊研究の履修を通して、履修者には新興国多国籍企業の海外進出戦略とその特徴を把握すると同時に、多国籍企業理論一般に対する理解が深化されることを目標とする。	
授業科目	経営学領域 非営利組織経営論特殊研究A	本講義では、非営利組織の経営管理についての発表及び討論を通じ、受講生自身の研究テーマの研究手法の妥当性を確認していく。そのうえで、受講生自らが研究の方向性を明確化できるよう、個別に指導していく。 本演習を通じて受講生は、自身の研究内容のプレゼンテーションができるようになると同時に、研究段階の確認を行うことができる。さらに自身の論文作成の深化を図ることができる。 なお、各種組織体のうち、研究対象とする組織体の特徴及び課題についての指導も行っていく。従来に加えて、新たな視点からの検討を加えてもらう。	
授業科目	経営学領域 非営利組織経営論特殊研究B	本講義では、非営利組織の経営管理についての発表及び討論を通じ、受講生自身の研究テーマの研究手法の妥当性を確認していく。そのうえで、受講生自らが研究の方向性を明確化できるよう、個別に指導していく。 本演習を通じて受講生は、自身の研究内容のプレゼンテーションができるようになると同時に、研究段階の確認を行うことができる。さらに自身の論文作成の深化を図ることができる。最終的には研究論文としてまとめることを目的とする。 なお、研究対象とする組織体にとって重要となる情報として、財務・非財務の両面から指導していく。従来に加えて、新たな視点からの検討を加えてもらう。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 経営学領域	経営財務論特殊研究A	企業経営と資本市場の国際化によって、企業のビジネス機会が拡大するとともに、世界的競争および経営環境に直面することにより、企業経営を取り巻くビジネス環境の不確実性が増してきている。本特殊研究は、不確実性下における企業財務の諸問題をはじめ、金融資産の評価、投資戦略、金融工学、リアル・オプションの研究、およびこれらの研究に必要な基礎知識と方法論について指導を行う。また、研究テーマの選択、学術論文の読解、研究発表、学術論文の作成などについても指導する。	
授業科目 経営学領域	経営財務論特殊研究B	本講義では、不確実性下における企業財務の諸問題をはじめ、金融資産の評価、投資戦略、金融工学、リアル・オプションの研究、およびこれらの研究に必要な基礎知識と方法論について指導を行う。また、選択した研究テーマについて、先行研究のサーヴェイ、研究発表、学術論文の作成を指導する。各自の研究を完成させ、学会での研究発表、論文の投稿を目指す。	
授業科目 経営学領域	意思決定システム論特殊研究A	本講義の目的は、企業における情報システムのうち特に意思決定（問題解決）に関する領域について、システム設計の観点から学習し、各自の研究の拠り所となる問題解決システムの理論体系と技術的基礎を身につけることである。問題解決の各種モデルや理論体系、およびコンピュータによる問題解決の処理方式までを学習する。学習成果として、先行研究を批判的・複眼的に理解した上で、独自の知見を加えるための基礎理論や思考方法を身につけることができる。	
授業科目 経営学領域	意思決定システム論特殊研究B	本講義の目的は、企業における情報システムに関する領域について、システム設計の観点から学習し、情報システム構築のための独自の技術体系を身につけることである。受講生の研究テーマに即した何らかの経営情報システムの課題を発見し、解決策を考案し、実際にシステム開発を行うことで高度な開発技術を身につける。受講の結果として、体系的なシステム開発技術の修得に基づく高度な実践性を養うことができる。	
授業科目 経営学領域	経営システム論特殊研究A	本講義では、経営に現れる各種システムを数理モデルとして表現する「オペレーションズ・リサーチ」について、具体的問題に対する解決方法の構築を目的とする。具体的には、生産・サプライチェーン・ロジスティクス等のシステムの確定的問題を念頭におき、数理モデル化をしその問題解決を試みる。 本講義を通じて受講生は、数理的モデル化が可能な問題や課題について、先行研究を踏まえた専門的知見の獲得に求められる理論的・実践的な視点や思考を身につけ、システム設計・計画立案に対する具体的方法を提案・開発するアプローチを身につけられる。その上で、専門的研究の観点からの方法の開発・提案に関する高度な能力を身につけることができる。	
授業科目 経営学領域	経営システム論特殊研究B	本講義では、経営に現れる各種システムを数理モデルとして表現する「オペレーションズ・リサーチ」について、具体的問題に対する解決方法の構築を目的とする。具体的には、生産・サプライチェーン・ロジスティクス等のシステムの不確定要素を伴う問題・オペレーショナルな問題を念頭におき、数理モデル化とその解決を試みる。 本講義を通じて受講生は、数理的モデル化が可能な問題や課題について、先行研究を踏まえた専門的知見の獲得に求められる理論的・実践的な視点や思考を身につけ、システム設計・計画立案に対する具体的方法を提案・開発するアプローチを身につけられる。その上で、専門的研究の観点からの方法の開発・提案に関する高度な能力を身につけることができる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 マーケティング領域	マーケティング特殊研究A	本講義では、マーケティング事象の現代的課題に対する緻密な分析能力、問題解決能力、独自の知見を獲得することを目的とする。そのために、最新のマーケティング理論、マーケティング研究方法、マーケティング研究動向を授業で取り扱う。文献的・資料的には、日本の学者、欧米の学者の執筆によるマーケティング関連、消費者行動関連の書籍・論文等広範にわたる。授業は輪読と議論形式で行なう。本講義を通じて受講生は、最新のマーケティング理論、高度な専門的知見、理論的、実践的な視点や思考を身につけることができる。	
授業科目 マーケティング領域	マーケティング特殊研究B	本講義の目的は、マーケティング特殊研究Aで学んだ緻密な分析能力、問題解決能力、独自の知見の獲得にもとづき、現実の日本の企業組織のマーケティング戦略を検討、分析することである。経済的成熟期、消費者の節約意識の浸透、少子高齢化という状況における企業のマーケティング活動を考察する。その成果として、受講者は、マーケティング研究に求められる理論的、実践的な思考力と分析力、高度な専門的知見を獲得し、そして、企業のマーケティング諸活動にたいして創造的、有効的な提案ができるようになる。	
授業科目 マーケティング領域	流通特殊研究A	本講義では、流通研究の分野のうち、主に流通理論あるいは流通分野の有力仮説・モデルの再検討を行う。特に本講義では、流通全般あるいは卸売業に関する理論について再検討していく。このような研究・再検討は、特に「理論がないのではないかと疑問をもたれやすい流通の分野では必要である。博士論文作成のためには、どのような理論・有力仮説があるのかを理解した上で、それぞれの理論や有力仮説の限界や問題点を理解する必要がある。その上で、新たな理論や有力仮説を提示する研究が求められる。本特殊研究を通じて、受講生は①流通分野の主な理論・有力仮説について理解することができる。②関心を持った理論・有力仮説の限界や問題点を明確にすることができる。	
授業科目 マーケティング領域	流通特殊研究B	本講義では、流通研究の分野のうち、主に流通理論あるいは流通分野の有力仮説・モデルの再検討を行う。特に本講義では、理論研究の多い小売業に関する理論・有力仮説について再検討していく。博士論文作成のためには、小売業に関してどのような理論・有力仮説があるのかを理解した上で、それぞれの理論や有力仮説の限界や問題点を理解する必要がある。その上で、小売業に関する新たな理論や有力仮説を提示する研究が求められる。本特殊研究を通じて、受講生は①小売業に関する理論・有力仮説を理解することができる。②関心を持った小売業に関する理論・有力仮説に関する限界・問題点を明確にすることができる。	
授業科目 マーケティング領域	ブランド戦略論特殊研究A	本講義では、マーケティングにおける研究方法とマーケティング分野におけるブランド戦略論について、受講生が自らの研究テーマに関する先行研究や調査結果を発表し、それに対し教員や他の受講者と議論を繰り返すことで、独自の研究課題を明確化することを目的とする。本講義を通じて受講生は、ブランド戦略研究の先行研究を踏まえた高度な専門的知見の獲得のために不可欠な理論的な視点とともに社会科学的研究方法を身につけることができる。	
授業科目 マーケティング領域	ブランド戦略論特殊研究B	本講義では、マーケティング分野における研究方法とマーケティング分野におけるブランド戦略論について、受講生が自らの研究テーマに関する新たな知見を発表し、それに対し教員や他の受講者と議論を繰り返すことで、独自の知見を獲得し、さらにその成果を学術論文として発表することを目的とする。本講義を通じて受講生は、執筆中のブランド戦略論に関する論文の学術的成果を発表することにより、自身の研究課題をさらに深く掘り下げ、より社会的に意義深い課題を発見することができる。さらには、ブランド戦略のコアな議論を踏まえながらも、オリジナリティに富む問題を発見し、その解決のために独自のモデルを構築し実務的にも学術的にも有意義な研究を進めることができる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目	マーケティング領域 サービス・マーケティング 特殊研究A	本講義では、サービス・マーケティングについて、専門的な視点から講義することで、サービスの本質、特質、品質、顧客満足などについて独自の知見を提示できるようにすることを目的とする。 本講義における受講生の学修到達目標は次の通りである。サービス・マーケティングに関する先行研究に基づき、その概念および関連概念との関係を独自の視点から説明できる。サービス・マーケティングの本質と類似のマーケティング理論との相違について専門的に説明できる。サービス・マーケティングの先行研究を批判的に検討することによって、サービス・マーケティングの独自の見解を提示できる。それらを用いて現実の課題についてその解決法を検討できる。	
授業科目	マーケティング領域 サービス・マーケティング 特殊研究B	本講義では、サービス・マーケティングについて、サービス・マーケティングの関連領域の先行研究を含めて講義することによって、サービス・マーケティングの独自の知見を提示できるようにすることを目的とする。 本講義における受講生の学修到達目標は次の通りである。サービス・マーケティングを含む広範囲な先行研究に基づいて、独自で高度な理論的思考を行うことができる。それを実証分析を行うことができる。これらを総合して、社会に必要で有意義な課題を発見しそれへの新たな知見を提示することができる。	
授業科目	マーケティング領域 リレーションシップ・マーケティング 特殊研究A	本講義は、受講生が自らの研究テーマに関する先行研究や仮説・調査結果を発表し、それに対し教員や他の受講者と議論を繰り返すことによって、自身の研究課題に関する理解を深めることを目的とする。本講義で扱う分野はリレーションシップ・マーケティングとする。 本講義を通じて受講生は、リレーションシップ・マーケティング研究の先行研究を学ぶとともに、仮説検証に用いる計量分析の手法等を修得することができる。	
授業科目	マーケティング領域 リレーションシップ・マーケティング 特殊研究B	本講義では、社会科学分野の研究方法を学ぶとともに、マーケティング分野におけるリレーションシップ・マーケティングについて議論を通して、研究推進に必要な知識・方法論を体得することを目的とする。受講生は、自らの研究テーマに関して、分析結果やインプットを発表し、教員や他の受講者と議論を繰り返すことが求められる。これによって、研究成果を学術論文としてまとめ、発表することを最終目的とする。 本講義を通じて受講生は、執筆中のリレーションシップ・マーケティングに関する論文の学術的成果を発表することにより、自身の研究課題をさらに深く掘り下げ、より社会的に意義深い課題を発見することができる。 さらに、リレーションシップ・マーケティングのコアな議論を踏まえながらも、オリジナリティに富む問題を発見し、その解決のために独自のモデルを構築し実務的にも学術的にも有意義な研究を進めることができる。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング・リサーチ 特殊研究A	本講義では、マーケティング・リサーチについて、学術的および実務的な視点から講義することで、そのプロセスと手法を正しく理解・実践することを目的とする。本講義を通じて受講生は、マーケティング・リサーチの概念・意義・プロセス・データの種類・調査手法の特徴・測定尺度、調査票作成時の注意点などについて正しく説明でき、設定したリサーチ課題に対して、適切な調査票の作成ができる。ただし、これらの一般的な基礎レベル内容は既に修得済みであることが前提となるため、既存研究における調査内容に関する議論や博士学位論文等に関連するテーマに対する調査を自ら実践するプロセスにおいて理解を深める。	
授業科目	マーケティング領域 マーケティング・リサーチ 特殊研究B	本講義では、多変量解析について、マーケティングの視点から講義することで、マーケティング・リサーチにおける多変量解析の重要性を理解することを目的とする。本講義を通じて受講生は、設定したリサーチ課題に対し、適切な分析手法を選択・実践し、分析結果を正しく解釈することで、マーケティング課題解決の糸口を見つけることができる。ただし、基本的な多変量解析の手法（カイ二乗検定・t検定・分散分析・相関分析・回帰分析・因子分析・クラスター分析・共分散構造分析など）の概要および操作に関しては修得済みであることが前提となるため、既存研究における分析結果に関する議論や博士学位論文等に関連するテーマに対するデータの収集・分析を実践するプロセスにおいて理解を深める。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
授業科目 マーケティング領域	グローバル・マーケティング特殊研究A	本講義では、国境を越えて行われるマーケティングのさまざまな事象について、受講生自らが標準化・適合化・複合化の視点から分析・報告することで、国際マーケティングに関する深い洞察と実践的な応用力を涵養することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、国際マーケティングに関する高度の専門知識と実践的応用力を高め、複雑な国際環境の下で展開される種々なマーケティング事象を論理的に分析することができる。	
授業科目 マーケティング領域	グローバル・マーケティング特殊研究B	本講義では、ワールドワイドに展開されるマーケティング活動について、受講生自らがグローバル調整と統合の視点から種々の事例を理論的に分析・発表することで、グローバル・マーケティングに関する深い洞察と実践的な応用力を涵養することを目的とする。 本講義を通じて受講生は、グローバル・マーケティングに関する高度の専門知識と実践的応用力を高め、複雑な国際環境の下で展開される種々なマーケティングをいかに調整・統合し企業グループ全体で最も効果的なマーケティング成果を生み出せるかについて、論理的に述べることができる。	
授業科目 マーケティング領域	グローバル・ファイナンス論特殊研究A	本講義では、世界金融危機の原因やその背景について、グローバル化がもたらす負の外部性の視点から講義することで、現在の世界経済が抱える諸問題を理解することを目的とする。本講義を通じて受講生は、金融機関の役割、国境を越える金融取引や金融政策が及ぼす影響について説明し、グローバル経済におけるカネの流れと金融アーキテクチャについて、論理的に述べる事が出来るようになる。また、テーマに関連して自らの関心に照らしながら、理論研究あるいは実証研究をおこなうにあたり、必要な文献の参集、方法論の検討をおこなえるようになる。	
授業科目 マーケティング領域	グローバル・ファイナンス論特殊研究B	本講義では、世界金融危機以降の世界経済や金融システムが抱える脆弱性について、グローバル化がもたらす負の外部性の視点から講義することで、現在の世界経済が抱える諸問題を理解することを目的とする。本講義を通じて受講生は、グローバル化時代の国家の果たすべき役割をマネーの側面から捉え、マネー資本主義がもたらす負の外部性について説明できるようになる。また、グローバル化の進展という不可避の現象のなかで、持続的な経済発展や個人所得の上昇、さらには経済格差の是正といった、政策課題について、自らの考えを述べられるようになる。また、テーマに関連して自らの関心に照らしながら、理論研究あるいは実証研究をおこなうにあたり、必要な文献の参集、方法論の検討をおこなえるようになる。	
授業科目 マーケティング領域	情報管理論特殊研究A	本講義では、マーケティングサイエンス分野におけるデータマイニング技法の利用について、英文テキストおよび英文研究論文を輪読し、その理論的背景知識を講義し、受講生と教員の間で議論することで、相関ルール分析やクラスター分析などの技法を実践的に修得することを目的とする。本講義を通じて受講生は、それらの技法を用いた基礎的なデータマイニングができるようになるとともに、英文のデータマイニング研究に関する基礎的な論文を読解できるようになる。	
授業科目 マーケティング領域	情報管理論特殊研究B	本講義では、マーケティングサイエンス分野におけるより高度なデータマイニング技法の利用について、英文テキストおよび英文研究論文を輪読し、その理論的背景知識を講義し、受講生と教員の間で議論することで、ランダムフォレストなどの機械学習の技法を実践的に修得することを目的とする。本講義を通じて受講生は、それらの技法を用いた基礎的なデータマイニングができるようになるとともに、英文のデータマイニング研究に関する応用的な論文を読解できるようになる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導 科目	経営学領域 経営学研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、経営学分野における経営学の原理、特に経営と社会の関係に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、研究するテーマの明確化（研究の背景と方向性など）、先行研究（文献レビューなど）、キーワードの抽出・検討そして研究方法（理論研究、調査研究、歴史研究など）を指導する。 本研究指導を通じ受講生は、専門的な学術論文として要求される水準に見合った理論分析、調査・検証方法を習得し、論文作成のスキルを身につけ、獲得した独自の知見を精緻化できるようになる。	
研究指導 科目	経営学領域 経営学研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、「経営と社会の関係」に関する研究領域とする。 受講生各自の研究テーマに即して、先行研究、研究方法（理論分析、調査・検証方法を含む）の研究結果を踏まえながら、学術的な専門研究としての独自の進展を図るよう高度専門的な助言・指導を行う。 また、査読のある学術誌や学会雑誌へ投稿する上で必要な助言・指導を行い、積極的な研究成果の公表を促す指導を行う。 本研究指導を通じ受講生は、オリジナリティのある高度な専門研究の深化を図り、論文を完成させるスキルを醸成することができる。	
研究指導 科目	経営学領域 経営組織論研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、経営組織論に関する研究とする。 受講生各自の関心をもつ研究領域に即して、研究テーマの再検討と先行研究のレビュー、研究方法を指導する。 本研究指導を通じ受講生は、専門的な学術論文として要求される水準に見合った理論分析、調査・検証方法について身につける。	
研究指導 科目	経営学領域 経営組織論研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、経営組織論に関する研究領域とする。 受講生各自の研究テーマに即して、データの整理の仕方について、専門的な助言・指導を行う。 本研究指導を通じ受講生は、専門的な学術論文として要求される水準に見合った分析結果を提示し、論文としてまとめるスキルを身につける。	
研究指導 科目	経営学領域 企業論研究指導A	本研究指導では、大学院博士後期課程での博士論文の執筆を目的としている。ここでは、国内外の各種文献や論文、関連資料を収集・分析し、先行研究を徹底的にレビューするとともに、各種データ等を用いながら博士論文としての知見を見出すことを目的にしている。論文執筆者の研究テーマに焦点を当てつつ、当該研究領域の深度化を理論的に図れるように指導する。企業論の博士論文は、企業経営の変化の度合いと進化の過程を解明しなければならず、博士にふさわしい能力を養うまでを到達目標としている。そのために、博士論文執筆の際のさまざまな手法を多面的に教授するとともに、博士論文を完成させるまで徹底的に指導する。	
研究指導 科目	経営学領域 企業論研究指導B	本研究指導では、大学院博士後期課程での博士論文の執筆を目的としている。従って、企業論研究指導Bでは、企業論研究指導Aで培ってきた理論構築をさらに発展させるために、膨大な国内外の各種文献や論文、関連資料を収集・分析し、先行研究を徹底的にレビューするとともに、各種データ等を用いながら、論文執筆者の研究テーマに焦点を当てつつ、当該研究領域の深度化を新たな視点から理論的に図れるように指導する。企業論の博士論文は、企業経営の変化の度合いと進化の過程を解明しなければならず、博士にふさわしい能力を養うまでを到達目標としている。そのために、博士論文執筆の際のさまざまな手法を多面的に教授するとともに、博士論文を完成させるまで徹底的に指導する。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導科目	経営学領域 技術経営論研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、技術経営に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、研究するテーマの明確化（研究の背景と方向性など）、先行研究（文献レビューなど）、キーワードの抽出・検討そして研究方法（理論研究、調査研究、歴史研究など）を指導する。 本研究指導を通じ受講生は、専門的な学術論文として要求される水準に見合った理論分析、調査・検証方法を習得し、論文作成のスキルを身につけ、獲得した独自の知見を精緻化できるようになる。	
研究指導科目	経営学領域 技術経営論研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、技術経営に関する研究領域とする。 受講生各自の研究テーマに即して、先行研究、研究方法（理論分析、調査・検証方法を含む）の研究結果を踏まえながら、学術的な専門研究としての独自の進展を図るよう高度専門的な助言・指導を行う。 また、査読のある学術誌や学会雑誌へ投稿する上で必要な助言・指導を行い、積極的な研究成果の公表を促す指導を行う。 本研究指導を通じ受講生は、オリジナリティのある高度な専門研究の深化を図り、論文を完成させるスキルを醸成することができる。	
研究指導科目	経営学領域 国際経営論研究指導A	本研究指導では、発展途上国としている新興国がなぜ多国籍企業の母国となったのか。また、新興国の多国籍企業の海外進出にはどのような特徴があるか。さらに、既存の多国籍理論の有効性とその限界ならびに新しい多国籍企業理論の確立にはどのような要件が必要なのかなどの課題を念頭に置きつつ、国際経営論の最先端を追うこととする。本研究指導では、査読のある学術誌や学会雑誌へ投稿する上で必要な助言・指導を行い、積極的な研究成果の公表を促す指導を行う。同時に、博士学位論文の作成指導を行う。	
研究指導科目	経営学領域 国際経営論研究指導B	本世紀に入ってから、BRICsに代表される新興国の経済成長が凄まじい。中ではとくに新興国の多国籍企業には注目を浴びている。本来発展途上国としている新興国がなぜ多国籍企業の母国となったのか。また、既存の多国籍理論の有効性とその限界は何か。さらに、新しい多国籍企業理論の確立にはどのような要件が必要なのか。本研究指導では、これら現状と課題を念頭に置きつつ、国際経営論の最先端を追うこととする。本研究指導では、査読のある学術誌や学会雑誌へ投稿する上で必要な助言・指導を行い、積極的な研究成果の公表を促す指導を行う。同時に、博士学位論文の作成指導を行う。	
研究指導科目	経営学領域 非営利組織経営論研究指導A	本研究指導では、博士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、非営利組織の経営管理に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して個別に指導していく。具体的には、研究テーマの研究背景と研究目的を明確化していく。また、研究テーマに関するキーワードの抽出を指示し、先行研究を紹介し、さらなる検索の仕方についても指導していく。 本研究指導を通じて受講生は、研究テーマをより明確にし、参考にするべき選考研究の理解を深め、自身の論文作成を行うことができる。	
研究指導科目	経営学領域 非営利組織経営論研究指導B	本研究指導では、博士学位論文を作成するための指導を行う。 指導する領域は、非営利組織の経営管理に関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して個別に指導していく。具体的には、研究テーマの研究背景と研究目的を明確化していく。また、研究テーマに関するキーワードの抽出を指示し、先行研究を紹介し、さらなる検索の仕方についても指導していく。 本研究指導を通じて受講生は、研究テーマをより明確にし、参考にするべき選考研究の理解を深め、自身の論文作成を行うことができる。最終的には研究論文としてまとめることを目的とする。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導 科目	経営学領域 経営財務論研究指導A	本研究指導は、企業財務の諸問題の研究、とりわけ不確実性下における投資決定理論の研究、およびこれらの研究に必要な上級理論と方法論の習得について指導を行う。また、研究テーマの設定、学術文献の調査および解説、研究の進め方、学会での研究発表、論文の作成及び公表などについても指導する。本研究分野では、数理的処理の能力が要求される場合もあるので、必要に応じて訓練を行う。本研究指導を通して、受講生は学術研究を通じた知の創造のプロセスについて理解でき、研究成果の価値を見分ける方法、さらに、研究倫理や研究者としての自覚を身につけることになる。	
研究指導 科目	経営学領域 経営財務論研究指導B	本研究指導は、企業財務の諸問題の研究、とりわけ不確実性下における投資決定理論の研究、およびこれらの研究に必要な上級理論と方法論について指導を行う。研究テーマ関連学術文献の調査および整理、学会での研究発表、学術論文の作成及び公表などを通して、博士学位(甲)論文の完成を目指す。受講生は、研究の深化を図り、研究の独自性と新規性を生み出す能力を身につけること、また、研究が困難に直面した場合の対処方法を身につけることが要求される。さらに、学会発表や研究会などの参加を通して、研究者同士のコミュニケーションや協力のスキルを高めていく。本研究指導を通して、受講生は博士学位(甲)論文の完成を目指すとともに、将来研究者として自立する基礎を固めることになる。	
研究指導 科目	経営学領域 意思決定システム論研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、経営情報システム（特に意思決定に関する領域）とする。受講生の研究テーマの明確化、先行研究の探索、研究方法を指導する。特に博士論文は研究全体の論理的体系性と独自性が必要であり、その中核となる概念や方法を創出するよう指導したい。これらの指導により、受講生は研究の対象と方法を理解し、博士の学位にふさわしい水準の研究を開始することができる。	
研究指導 科目	経営学領域 意思決定システム論研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、経営情報システム（特に意思決定に関する領域）とする。受講生の研究テーマに即して、先行研究のレビューや課題の抽出、学会誌への論文投稿を促し、博士論文の構成や内容に関する指導を行う。特に論理的体系性を重視した指導を行う。これらの指導により、受講生は、独自の知見を積み上げ、学位にふさわしい水準の論文を作成するスキルを身につけることができる。	
研究指導 科目	経営学領域 経営システム論研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、経営学分野における経営システム論、とりわけ数理モデルにより表現できる対象を扱い、その解決方法の開発や改良、活用方法の提案を通じて、経営における数理的手法の活用に資する研究とする。 受講生各自の選定内容に即して、研究するテーマの明確化（研究の背景と方向性など）、先行する関連の研究（文献収集やそれらのレビューなど）、キーワードの抽出・検討そして研究方法（実装方法、実験方法、分析方法）を指導する。 本研究指導を通じ受講生は、専門的な学術論文に必須の水準をクリアできる問題設定、解決手段の開発方法を習得し、論文執筆や作成のスキルを身につけ、得られた知見の精緻化できるようになる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導科目	経営学領域 経営システム論研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、経営学分野における経営システム論、とりわけ数理モデルにより表現できる企業内の各種システムを対象として扱い、システムティックな解決方法のための解決方法の開発や改良、それらの活用方法の提案を通じて、経営における数理的手法の活用方法に関する研究とする。 受講生各自の選定内容に即して、研究するテーマの明確化（研究の背景と方向性など）、先行する関連の研究（文献収集やそれらのレビューなど）、キーワードの抽出・検討そして研究方法（実装方法、実験方法、分析方法）を指導する。また、学会での研究発表・報告、査読のある学術誌や学会雑誌へ投稿するための指導も行いつつ、研究成果の外部での公表を促す。 本研究指導を通じ受講生は、専門的な学術論文に必須の水準や問題設定、解決手段の開発方法を習得し、論文執筆や作成のスキルと研究成果を整然と説くための能力を身につけ、研究者としての基本的能力を修得できる。	
研究指導科目	マーケティング領域 マーケティング研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、マーケティング分野、消費者行動研究分野とする。 受講生各自の研究テーマに即して、研究テーマの明確化、文献探索の方法、先行研究（主要な理論、実証研究に関する広範な文献）レビュー、論文の書き方、必要な概念の整理方法、独自の視点の発見、問題発見・解決方法等々を指導し、高度専門的な助言を行う。本研究指導を通じ受講生は、博士論文として要求される水準の理論研究、実証研究ができるようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 マーケティング研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、マーケティング分野、消費者行動研究分野とする。 研究テーマの明確化、具体化を行なう。先行研究のレビューを土台にして、論文のテーマに緊要な概念の選択と定義、概念モデルの検討・構築、仮説の導出、そして、先行研究を踏まえたうえでの高度で独創的な実証研究を指導する。そこにおいて、受講生の各自の研究テーマの発表にもとづき、研究成果の確認と追加的な文献、実証研究の指導を行い、概念測定等の視点も含めてのモデルの修正、論文のさらなる充実を図る。 本研究指導を通じ受講生は、博士論文として要求される水準の理論研究、実証研究ができるようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 流通研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。指導する領域は、流通論、小売経営、チャネル論などである。3年間に渡って研究する博士論文のテーマについて、最初に議論していく。そして、テーマを明確にし、そのテーマの下に5本くらいの論文を書けるように、5本の論文のタイトルを決めていく。その上で、そのうちの1本の論文を作成すべく、受講生の研究報告とその内容についての議論を深めていく。そして、研究テーマに即して、その学術的意義を十分に理解したうえで、先行研究の十分なレビュー及び流通論、小売経営、チャネル論などの研究にかかわる高度な研究の深化を図るよう指導する。本研究指導を通じ受講生は、研究テーマに関して、少なくとも1つの成果を論文としてまとめることができるようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 流通研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。指導する領域は、流通論、小売経営、チャネル論などである。受講生の博士論文のテーマのもとにある数本の論文作成のための高度専門的な助言・指導を行う。また、次の論文は、査読のある流通・マーケティング分野における学術誌や学会雑誌への投稿を促すべく指導を行っていく。本研究指導を通じ受講生は、オリジナリティのある流通論、小売経営、チャネル論などの分野の研究の深化を図り、論文を完成させることができる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導科目	マーケティング領域 ブランド戦略論研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、マーケティング分野の研究方法与マーケティング分野におけるブランド戦略論とする。 受講生各自の研究テーマに即して、その学術的意義を十分に理解したうえで、先行研究の十分なレビュー及びブランド戦略研究にかかわる高度な研究の深化を図るよう指導する。 本研究指導を通じ受講生は、マーケティング研究とブランド戦略研究の成果を論文としてまとめることができるようになる。	
研究指導科目	マーケティング領域 ブランド戦略論研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、マーケティング分野の研究方法与マーケティング分野におけるブランド戦略論とする。 受講生各自の研究テーマに即して、ブランド戦略に関する専門研究のさらなる深化を図るよう、高度専門的な助言・指導を行う。 また、査読のあるマーケティング分野における学術誌や学会雑誌への投稿を促すべく指導を行う。 本研究指導を通じ受講生は、独自性の高いブランド戦略研究の深化を図り、論文を完成させることができる。	
研究指導科目	マーケティング領域 サービス・マーケティング研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、サービス・マーケティングに関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに関して、研究するテーマの明確化（研究の背景、研究目的、研究の方向性など）、先行研究の探索と評価（主要な文献、調査報告、関連文献などに関する探索と批判的評価）などを指導する。 本研究指導における受講生の学修到達目標は次の通りである。専門的な学術論文として要求される水準に適合する理論的な分析や検討をすることができる。それらに基づく独自の知見を提示する学術論文の理論部分を作成することができ、最終的には学位論文を完成することができる。	
研究指導科目	マーケティング領域 サービス・マーケティング研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、サービス・マーケティングに関する研究とする。 受講生各自の研究テーマに関して、先行研究の探索と評価（主要な文献、調査報告、関連文献などに関する探索と批判的評価）と仮説構築、アンケート作成、統計分析などの実証方法などを指導する。 本研究指導における受講生の学修到達目標は次の通りである。専門的な学術論文として要求される水準の理論面での分析とそれに基づく仮説構築ができ、それを実証し、新たな知見を提示する学術論文を作成することができ、最終的には学位論文を完成することができる。	
研究指導科目	マーケティング領域 リレーションシップ・マーケティング研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、マーケティング分野の研究方法与マーケティング分野におけるリレーションシップ・マーケティングとする。 受講生各自の研究テーマに即して、その学術的意義を十分に理解したうえで、先行研究の十分なレビューが求められる。また、リレーションシップ・マーケティングにかかわる先端の論文が理解できるように指導する。 本研究指導を通じ受講生は、マーケティング研究とリレーションシップ・マーケティング研究の成果を論文としてまとめるための基礎を体得することができる。	
研究指導科目	マーケティング領域 リレーションシップ・マーケティング研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、マーケティング分野の研究方法与マーケティング分野におけるリレーションシップ・マーケティングとする。 リレーションシップ・マーケティングに関する受講生各自の研究テーマに即して、専門的な助言・指導を行う。また、査読のあるマーケティング分野における学術誌や学会雑誌への投稿を促すべく指導を行う。 本研究指導を通じ、受講生は独自性の高いリレーションシップ・マーケティング研究を推進し、論文を完成させることができるようになる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導科目	マーケティング・リサーチ 研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、流通研究に関する実証研究とする。受講生各自の研究テーマに即して、先行研究（主要な理論など）、研究方法（論理的な分析、調査・検証方法など）を指導する。本研究指導を通じ受講生は、マーケティング・リサーチの詳細について、正しく説明でき、設定したマーケティング・リサーチ課題に対して、適切な調査票の作成ができる。適切な調査票の作成ができることで、博士学位論文における現状分析や仮説の検証等が可能となり、博士論文として求められる水準である独自性のある論文を完成できるようになる。	
研究指導科目	マーケティング・リサーチ 研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、流通研究に関する実証研究とする。受講生各自の研究テーマに即して、先行研究（主要な理論など）、研究方法（論理的な分析、調査・検証方法など）を指導する。本研究指導を通じ受講生は、設定したマーケティング・リサーチ課題に対し、適切な分析手法を選択・実践し、分析結果を正しく解釈しすることで、マーケティング課題解決の糸口を見つけることができる。このことにより、博士学位論文における現状分析や仮説の検証等を科学的な視点で行うことが可能となり、博士論文として求められる水準である高度な論文を完成できるようになる。	
研究指導科目	グローバル・マーケティング 研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、国際マーケティングをベースとした消費者行動論とブランド管理とする。受講生各自の研究テーマに即して、先行研究の体系的なレビュー、方法論の設計と実施、分析結果の解析と考察などについて指導する。本研究指導を通じ受講生は、博士請求論文として備えるべき高いオリジナリティと論理性、そして当該分野に対する学術的・実務的有意性を理解し、それを実践することができる。	
研究指導科目	グローバル・マーケティング 研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成するための指導を行う。指導する領域は、国際マーケティングをベースとした消費者行動論とブランド管理とする。受講生各自の研究テーマに即して、先行研究の体系的なレビュー、方法論の設計と実施、分析結果の解析と考察、そして研究成果の公表方法などについて、高度の専門的助言と指導を行う。本研究指導を通じ受講生は、博士請求論文ならびに査読付学術誌への掲載論文として備えるべき高いオリジナリティと論理性、そして当該分野に対する学術的・実務的有意性を理解し、それを実践することができる。	
研究指導科目	グローバル・ファイナンス 研究指導A	本研究指導では、博士学位論文（甲）を作成するための指導を行う。指導する領域は国際金融とする。受講生各自の研究テーマに即して、先行研究の体系的なレビュー、理論モデルの構築と実際のデータを用いた分析の方法論の指導を行うとともに、国際的な専門雑誌の執筆要項や内容を参考にしながら、学術研究論文執筆の助言と指導を行う。本研究指導を通じ受講生は、計量経済学モデルの構築と分析に先立って、経済理論モデルの理解および応用や拡張を、自らの関心に照らして行えるようになる。	
研究指導科目	グローバル・ファイナンス 研究指導B	本研究指導では、博士学位論文（甲）を作成するための指導を行う。指導する領域は国際金融とする。受講生各自の研究テーマに即して、先行研究の体系的なレビュー、理論モデルの構築と実際のデータを用いた分析の方法論の指導を行うとともに、国際的な専門雑誌の執筆要項や内容を参考にしながら、学術研究論文執筆の助言と指導を行う。本研究指導を通じ受講生は、計量経済学の手法に則った経済データ分析が出来るようになる。	

授 業 科 目 の 概 要			
（経営学研究科 経営学・マーケティング専攻 博士後期課程）			
科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考
研究指導 科目	マーケティング 領域 情報管理論研究指導A	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、情報技術を活用したマーケティング研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、関連する先行研究の調査方法および内容の読解について指導し、各自の研究テーマを深掘りするための高度専門的な支援を行う。 本研究指導を通じ受講生は、情報技術を活用したマーケティング研究の高度専門的な視点から論理的かつ批判的に思考・議論し、先行研究を踏まえた有意義なリサーチクエスションを設定し、その解となるデータを収集・分析できるようになる。	
研究指導 科目	マーケティング 領域 情報管理論研究指導B	本研究指導では、博士学位（甲）論文を作成する指導を行う。 指導する領域は、情報技術を活用したマーケティング研究とする。 受講生各自の研究テーマに即して、関連する先行研究の調査方法および内容の読解について指導し、各自の研究テーマを深掘りするための高度専門的な支援を行う。また、研究テーマに関するデータの分析計画、収集方法、解析方法について高度専門的な指導を行うとともに、博士学位（甲）論文の構成についての指導も行う。 本研究指導を通じ受講生は、情報技術を活用したマーケティング研究の高度専門的な視点から論理的かつ批判的に思考・議論し、先行研究を踏まえた有意義なリサーチクエスションを設定し、その解となるデータを収集・分析できるようになる。また、それらを博士学位（甲）論文として構成する方法を理解できるようになる。	

（注）

- 1 開設する授業科目の数に応じ、適宜枠の数を増やして記入すること。
- 2 私立の大学若しくは高等専門学校は、収容定員に係る学則の変更の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合、大学等の設置者の変更の認可を受けようとする場合又は大学等の廃止の認可を受けようとする場合若しくは届出を行おうとする場合は、この書類を作成する必要はない。

学校法人東洋大学 設置認可等に関わる組織の移行表

収容定員 ※学部

平成30年度

学部名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a) × 4
第1部			
文学部	849	—	3,396
経済学部	616	—	2,464
経営学部	682	—	2,728
法学部	500	—	2,000
社会学部	750	—	3,000
理工学部	811	—	3,244
生命科学部	226	—	904
ライフデザイン学部	556	—	2,224
総合情報学部	260	—	1,040
食環境科学部	220	—	880
国際学部	390	—	1,560
国際観光学部	366	—	1,464
情報連携学部	400	—	1,600
第1部計	6,626	—	26,504
第2部			
文学部	120	—	480
経済学部	150	—	600
経営学部	110	—	440
法学部	120	—	480
社会学部	175	3年次 10	720
第2部計	675	—	2,720
計	7,301	3年次 10	29,224

平成31年度以降

学部名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a) × 4	変更の事由
第1部				
文学部	849	—	3,396	
経済学部	616	—	2,464	
経営学部	682	—	2,728	
法学部	500	—	2,000	
社会学部	750	—	3,000	
理工学部	811	—	3,244	
生命科学部	226	—	904	
ライフデザイン学部	556	—	2,224	
総合情報学部	260	—	1,040	
食環境科学部	220	—	880	
国際学部	390	—	1,560	
国際観光学部	366	—	1,464	
情報連携学部	400	—	1,600	
第1部計	6,626	—	26,504	
第2部				
文学部	120	—	480	
経済学部	150	—	600	
経営学部	110	—	440	
法学部	120	—	480	
社会学部	<u>180</u>	—	720	3年次編入定員廃止 入学定員変更(5) 平成30年6月届出予定
第2部計	<u>680</u>	—	2,720	
計	<u>7,306</u>	—	29,224	

収容定員 増減なし

白山キャンパス

平成30年度

白山キャンパス
【所在地:東京都文京区白山5-28-20】

学部名・学科名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×4	学位の種類	分野
第1部					
文学部 (内訳)	849	-	3,396		
哲学科	100	-	400	学士(文学)	文学
東洋思想文化学科	100	-	400		
日本文学文化学科	133	-	532		
国際文化コミュニケーション学科	100	-	400		
英米文学科	133	-	532		
史学科	133	-	532		
教育学科人間発達専攻	100	-	400	学士(教育学)	教育学・保育学
教育学科初等教育専攻	50	-	200		
経済学部	616	-	2,464	学士(経済学)	経済学
経営学部	682	-	2,728	学士(経営学)	経済学
法学部	500	-	2,000	学士(法学)	法学
社会学部	750	-	3,000	学士(社会学)	文学、経済学、 法学
国際学部 (内訳)	390	-	1,560		
グローバル・イノベーション学科	100	-	400	学士(グローバル・イノベーション学)	経済学
国際地域学科国際地域専攻	210	-	840	学士(国際地域学)	社会学・社会福 祉学、経済学
国際地域学科地域総合専攻	80	-	320		
国際観光学部 (内訳)	366	-	1,464		
国際観光学科	366	-	1,464	学士(国際観光学)	社会学・社会福 祉学、経済学
第1部計	4,153	-	16,612		
第2部					
文学部	120	-	480	学士(文学)	文学
経済学部	150	-	600	学士(経済学)	経済学
経営学部	110	-	440	学士(経営学)	経済学
法学部	120	-	480	学士(法学)	法学
社会学部	175	3年次 10	720	学士(社会学)	文学、経済学、 法学
第2部計	675	-	2,720		
計	4,828	3年次 10	19,332		

平成31年度以降

学部名・学科名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×4	学位の種類	分野	変更の事由
第1部						
文学部 (内訳)	849	-	3,396			
哲学科	100	-	400	学士(文学)	文学	
東洋思想文化学科	100	-	400			
日本文学文化学科	133	-	532			
国際文化コミュニケーション学科	100	-	400			
英米文学科	133	-	532			
史学科	133	-	532			
教育学科人間発達専攻	100	-	400	学士(教育学)	教育学・保育学	
教育学科初等教育専攻	50	-	200			
経済学部	616	-	2,464	学士(経済学)	経済学	
経営学部	682	-	2,728	学士(経営学)	経済学	
法学部	500	-	2,000	学士(法学)	法学	
社会学部	750	-	3,000	学士(社会学)	文学、経済学、 法学	
国際学部 (内訳)	390	-	1,560			
グローバル・イノベーション学科	100	-	400	学士(グローバル・イノベーション学)	経済学	
国際地域学科国際地域専攻	210	-	840	学士(国際地域学)	社会学・社会福 祉学、経済学	
国際地域学科地域総合専攻	80	-	320			
国際観光学部 (内訳)	366	-	1,464			
国際観光学科	366	-	1,464	学士(国際観光学)	社会学・社会福 祉学、経済学	
第1部計	4,153	-	16,612			
第2部						
文学部	120	-	480	学士(文学)	文学	
経済学部	150	-	600	学士(経済学)	経済学	
経営学部	110	-	440	学士(経営学)	経済学	
法学部	120	-	480	学士(法学)	法学	
社会学部	<u>180</u>	二	720	学士(社会学)	文学、経済学、 法学	3年次編入定員廃止 入学定員変更(5) 平成30年6月届出予定
第2部計	<u>680</u>	-	2,720			
計	<u>4,833</u>	二	19,332			

収容定員 増減なし

川越キャンパス

【所在地:埼玉県川越市鯨井2100】

平成30年度

学部名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×4	学位の種類	分野
理工学部	811	-	3,244		
(内訳)					
機械工学科	180	-	720	学士(理工学)	工学
生体医工学科	113	-	452	学士(理工学)	工学、理学
電気電子情報工学科	113	-	452	学士(理工学)	工学
応用化学科	146	-	584	学士(理工学)	工学
都市環境デザイン学科	113	-	452	学士(工学)	工学
建築学科	146	-	584	学士(工学)	工学
総合情報学部	260	-	1,040		
(内訳)					
総合情報学科	260	-	1,040	学士(情報学)	工学
計	1,071	0	4,284		

平成31年度以降

学部名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×4	学位の種類	分野
理工学部	811	-	3,244		
(内訳)					
機械工学科	180	-	720	学士(理工学)	工学
生体医工学科	113	-	452	学士(理工学)	工学、理学
電気電子情報工学科	113	-	452	学士(理工学)	工学
応用化学科	146	-	584	学士(理工学)	工学
都市環境デザイン学科	113	-	452	学士(工学)	工学
建築学科	146	-	584	学士(工学)	工学
総合情報学部	260	-	1,040		
(内訳)					
総合情報学科	260	-	1,040	学士(情報学)	工学
計	1,071	0	4,284		

朝霞キャンパス

【所在地:埼玉県朝霞市岡48-1】

平成30年度

学部名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×4	学位の種類	分野
ライフデザイン学部	556	-	2,224		
(内訳)					
生活支援学科生活支援学専攻	116	-	464	学士(生活支援学)	社会学・社会福祉学、教育学・保育学
生活支援学科子ども支援学専攻	100	-	400		
健康スポーツ学科	180	-	720	学士(健康スポーツ学)	社会学・社会福祉学、保健衛生学(看護学を除く)
人間環境デザイン学科	160	-	640	学士(人間環境デザイン学)	社会学・社会福祉学、家政
計	556	0	2,224		

平成31年度以降

学部名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×4	学位の種類	分野
ライフデザイン学部	556	-	2,224		
(内訳)					
生活支援学科生活支援学専攻	116	-	464	学士(生活支援学)	社会学・社会福祉学、教育学・保育学
生活支援学科子ども支援学専攻	100	-	400		
健康スポーツ学科	180	-	720	学士(健康スポーツ学)	社会学・社会福祉学、保健衛生学(看護学を除く)
人間環境デザイン学科	160	-	640	学士(人間環境デザイン学)	社会学・社会福祉学、家政
計	556	0	2,224		

板倉キャンパス

【所在地:群馬県邑楽郡板倉町泉野1-1-1】

平成30年度

学部名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×4	学位の種類	分野
生命科学部	226	-	904		
(内訳)					
生命科学科	113	-	452	学士(生命科学)	理学
応用生物科学科	113	-	452		
食環境科学部	220	-	880		
(内訳)					
食環境科学科フードサイエンス専攻	70	-	280	学士(食環境科学部)	理学、家政
食環境科学科スポーツ・食品機能専攻	50	-	200		
健康栄養学科	100	-	400	学士(健康栄養学)	理学、家政
計	446	0	1,784		

平成31年度以降

学部名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×4	学位の種類	分野
生命科学部	226	-	904		
(内訳)					
生命科学科	113	-	452	学士(生命科学)	理学
応用生物科学科	113	-	452		
食環境科学部	220	-	880		
(内訳)					
食環境科学科フードサイエンス専攻	70	-	280	学士(食環境科学部)	理学、家政
食環境科学科スポーツ・食品機能専攻	50	-	200		
健康栄養学科	100	-	400	学士(健康栄養学)	理学、家政
計	446	0	1,784		

赤羽台キャンパス

【所在地:東京都北区赤羽台1-7-12】

平成30年度

学部・学科名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×4	学位の種類	分野
情報連携学部	400	-	1,600		
(内訳)					
情報連携学科	400	-	1,600	学士(情報連携学)	工学・経済学
計	400	0	1,600		

平成31年度以降

学部・学科名	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×4	学位の種類	分野
情報連携学部	400	-	1,600		
(内訳)					
情報連携学科	400	-	1,600	学士(情報連携学)	工学・経済学
計	400	0	1,600		

収容定員 ※博士前期・修士課程

平成30年度

博士前期・修士課程

研究科名	専攻名	分野	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×2
文学研究科	哲学専攻	文学	5	－	10
	インド哲学仏教学専攻	文学	4	－	8
	日本文学文化専攻	文学	10	－	20
	中国哲学専攻	文学	4	－	8
	英文学専攻	文学	5	－	10
	史学専攻	文学	6	－	12
	教育学専攻	教育学・保育学	20	－	40
	英語コミュニケーション専攻	文学	10	－	20
社会学研究科	社会学専攻	社会学・社会福祉学	10	－	20
	社会心理学専攻	社会学・社会福祉学	12	－	24
	福祉社会システム専攻	社会学・社会福祉学	20	－	40
法学研究科	私法学専攻	法学	10	－	20
	公法学専攻	法学	10	－	20
経営学研究科	経営学専攻	経済学	10	－	20
	ビジネス・会計ファイナンス専攻	経済学	20	－	40
	マーケティング専攻	経済学	10	－	20
理工学研究科	生体医工学専攻	理学・工学	18	－	36
	応用化学専攻	理学・工学	12	－	24
	機能システム専攻	理学・工学	15	－	30
	電気電子情報専攻	理学・工学	11	－	22
	都市環境デザイン専攻	工学	8	－	16
	建築学専攻	工学	14	－	28
経済学研究科	経済学専攻	経済学	10	－	20
	公民連携専攻	経済学	30	－	60
国際学研究科	国際地域学専攻	経済学	15	－	30
国際観光学研究科	国際観光学専攻	経済学	15	－	30
生命科学研究科	生命科学専攻	工学	20	－	40
社会福祉学研究科	社会福祉学専攻	社会学・社会福祉学	20	－	40
ライフデザイン学研究科	生活支援学専攻	社会学・社会福祉学 教育学・保育学	10	－	20
	健康スポーツ学専攻	体育	10	－	20
	人間環境デザイン専攻	家政	10	－	20
学際・融合科学研究科	バイオ・ナノサイエンス融合専攻	工学	12	－	24
総合情報学研究科	総合情報学専攻	工学、社会学・社会福祉学	15	－	30
食環境科学研究科	食環境科学専攻	理学、家政	10	－	20
情報連携学研究科	情報連携学専攻	工学	20	－	40
計			441	0	882

平成31年度以降

博士前期・修士課程 （2専攻設置）

研究科名	専攻名	分野	入学定員 (a)	編入学定員	収容定員 (a)×2	変更の事由
文学研究科	哲学専攻	文学	5	－	10	平成31年4月学生募集停止 専攻の設置(届出)
	インド哲学仏教学専攻	文学	4	－	8	
	日本文学文化専攻	文学	10	－	20	
	中国哲学専攻	文学	4	－	8	
	英文学専攻	文学	5	－	10	
	史学専攻	文学	6	－	12	
	教育学専攻	教育学・保育学	20	－	40	
	国際文化コミュニケーション専攻	文学	0	－	0	
			10	－	20	
社会学研究科	社会学専攻	社会学・社会福祉学	10	－	20	
	社会心理学専攻	社会学・社会福祉学	12	－	24	
	福祉社会システム専攻	社会学・社会福祉学	20	－	40	
法学研究科	私法学専攻	法学	10	－	20	
	公法学専攻	法学	10	－	20	
経営学研究科	経営学・マーケティング専攻	経済学	22	－	44	専攻の設置(届出) 平成31年4月学生募集停止 定員変更(8) 平成31年4月学生募集停止
			0	－	0	
	ビジネス・会計ファイナンス専攻	経済学	28	－	56	
			0	－	0	
理工学研究科	生体医工学専攻	理学・工学	18	－	36	
	応用化学専攻	理学・工学	12	－	24	
	機能システム専攻	理学・工学	15	－	30	
	電気電子情報専攻	理学・工学	11	－	22	
	都市環境デザイン専攻	工学	8	－	16	
	建築学専攻	工学	14	－	28	
経済学研究科	経済学専攻	経済学	10	－	20	
	公民連携専攻	経済学	30	－	60	
国際学研究科	国際地域学専攻	経済学	15	－	30	
国際観光学研究科	国際観光学専攻	経済学	15	－	30	
生命科学研究科	生命科学専攻	工学	20	－	40	
社会福祉学研究科	社会福祉学専攻	社会学・社会福祉学	20	－	40	
ライフデザイン学研究科	生活支援学専攻	社会学・社会福祉学 教育学・保育学	10	－	20	
	健康スポーツ学専攻	体育	10	－	20	
	人間環境デザイン専攻	家政	10	－	20	
学際・融合科学研究科	バイオ・ナノサイエンス融合専攻	工学	12	－	24	
総合情報学研究科	総合情報学専攻	工学、社会学・社会福祉学	15	－	30	
食環境科学研究科	食環境科学専攻	理学、家政	10	－	20	
情報連携学研究科	情報連携学専攻	工学	20	－	40	
計			451	0	902	

収容定員 20名増

収容定員 ※博士後期

平成30年度

博士後期課程

研究科名	専攻名	分野	入学定員 (b)	編入学定員	収容定員 (b)×3
文学研究科	哲学専攻	文学	3	－	9
	インド哲学仏教学専攻	文学	3	－	9
	日本文学文化専攻	文学	3	－	9
	中国哲学専攻	文学	3	－	9
	英文学専攻	文学	3	－	9
	史学専攻	文学	3	－	9
	教育学専攻	教育学・保育学	4	－	12
	英語コミュニケーション専攻	文学	5	－	15
社会学研究科	社会学専攻	社会学・社会福祉学	3	－	9
	社会心理学専攻	社会学・社会福祉学	5	－	15
法学研究科	私法学専攻	法学	5	－	15
	公法学専攻	法学	5	－	15
経営学研究科	経営学専攻	経済学	5	－	15
	ビジネス・会計ファイナンス専攻	経済学	5	－	15
	マーケティング専攻	経済学	3	－	9
理工学研究科	生体医工学専攻	理学・工学	3	－	9
	応用化学専攻	理学・工学	3	－	9
	機能システム専攻	理学・工学	3	－	9
	電気電子情報専攻	理学・工学	3	－	9
	建築・都市デザイン専攻	工学	3	－	9
経済学研究科	経済学専攻	経済学	3	－	9
国際学研究科	国際地域学専攻	経済学	5	－	15
国際観光学研究科	国際観光学専攻	経済学	3	－	9
生命科学研究科	生命科学専攻	工学	4	－	12
社会福祉学研究科	社会福祉学専攻	社会学・社会福祉学	5	－	15
ライフデザイン学研究科	ヒューマンライフ学専攻	社会学・社会福祉学 教育学・保育学、体育	5	－	15
	人間環境デザイン専攻	家政	4	－	12
学際・融合科学研究科	バイオ・ナノサイエンス融合専攻	工学	4	－	12
総合情報学研究科	総合情報学専攻	工学	3	－	9
食環境科学研究科	食環境科学専攻	理学、家政	2	－	6
計			111	0	333

平成31年度以降

博士後期課程（1研究科・2専攻設置）

研究科名	専攻名	分野	入学定員 (b)	編入学定員	収容定員 (b)×3	変更の事由
文学研究科	哲学専攻	文学	3	－	9	平成31年4月学生募集停止 専攻の設置（届出）
	インド哲学仏教学専攻	文学	3	－	9	
	日本文学文化専攻	文学	3	－	9	
	中国哲学専攻	文学	3	－	9	
	英文学専攻	文学	3	－	9	
	史学専攻	文学	3	－	9	
	教育学専攻	教育学・保育学	4	－	12	
	国際文化コミュニケーション専攻	文学	0 3	－	0 9	
	社会学専攻	社会学・社会福祉学	3	－	9	
	社会心理学専攻	社会学・社会福祉学	5	－	15	
法学研究科	私法学専攻	法学	5	－	15	専攻の設置（届出） 平成31年4月学生募集停止 定員変更（△2） 平成31年4月学生募集停止
	公法学専攻	法学	5	－	15	
経営学研究科	経営学・マーケティング専攻	経済学	4 0 3 0	－	12 0 9 0	
	ビジネス・会計ファイナンス専攻	経済学		－		
				－		
理工学研究科	生体医工学専攻	理学・工学	3	－	9	
	応用化学専攻	理学・工学	3	－	9	
	機能システム専攻	理学・工学	3	－	9	
	電気電子情報専攻	理学・工学	3	－	9	
	建築・都市デザイン専攻	工学	3	－	9	
経済学研究科	経済学専攻	経済学	3	－	9	
国際学研究科	国際地域学専攻	経済学	5	－	15	
国際観光学研究科	国際観光学専攻	経済学	3	－	9	
生命科学研究科	生命科学専攻	工学	4	－	12	
社会福祉学研究科	社会福祉学専攻	社会学・社会福祉学	5	－	15	
ライフデザイン学研究科	ヒューマンライフ学専攻	社会学・社会福祉学 教育学・保育学、体育	5	－	15	
	人間環境デザイン専攻	家政	4	－	12	
学際・融合科学研究科	バイオ・ナノサイエンス融合専攻	工学	4	－	12	
総合情報学研究科	総合情報学専攻	工学	3	－	9	
食環境科学研究科	食環境科学専攻	理学、家政	2	－	6	
情報連携学研究科	情報連携学専攻	工学	4	－	12	研究科の専攻に係る課程の変更（届出）
計			107	0	321	

収容定員 12名減

設置の趣旨等を記載した書類

目 次

① 設置の趣旨及び必要性	・・・p. 1
② 研究科、専攻等の名称及び学位の名称	・・・p. 3
③ 教育課程の編成の考え方及び特色	・・・p. 4
(教育研究の柱となる領域(分野)の説明も含む)	
④ 教員組織の編成の考え方及び特色	・・・p. 7
⑤ 教育方法、履修指導、研究指導の方法及び修了要件	・・・p. 7
⑥ 施設、設備の整備計画	・・・p. 12
⑦ 基礎となる学部との関係	・・・p. 13
⑧ 入学者選抜の概要	・・・p. 14
⑨ 「大学院設置基準」第 14 条(昼夜開講)による教育方法の実施	・・・p. 16
⑩ 管理運営	・・・p. 17
⑪ 自己点検・評価	・・・p. 18
⑫ 情報の公表	・・・p. 19
⑬ 教育内容等の改善のための組織的な研修等	・・・p. 22

設置の趣旨等を記載した書類

① 設置の趣旨及び必要性

本学は、明治 20 年に哲学者 井上円了が創設した「私立哲学館」によりその歴史が始まり、昭和 22 年の学校教育法施行により昭和 24 年に文学部を設置し東洋大学として発足した。現在では 13 学部を擁する総合大学である。大学院においては昭和 27 年の文学研究科を皮切りに、現在は 15 研究科を擁している。

本学は、「諸学の基礎は哲学にあり」、「知徳兼全」、「独立自活」を建学の精神とし、本学大学院では、さらにその目的を東洋大学大学院学則第 1 条において、「東洋大学大学院は東洋大学の建学の精神に則り、世界の学術の理論及び応用を研究教授しその深奥を究めて、文化の進展に寄与することを目的とする。」と定めている。

東洋大学経営学研究科においては、昭和 41 年に開設された経営学部の拡充・発展を踏まえ、「経営学の理論ならびに応用に関する一層高度の研究体制を整備し、斯学の発展と育成に貢献」する目的をもって、昭和 47 年に経営学専攻修士課程が設置され、平成 11 年には博士後期課程を開設するに至った。

平成 18 年 4 月には、社会環境の変化に対応して社会人学生にも門戸を開放するため、平日夜間と土曜日の開講による「ビジネス・会計ファイナンス専攻」を設置し、経営学専攻とビジネス・会計ファイナンス専攻の 2 専攻による教育・研究の体制が整備された。

また、本学経営学部において日本で最初のマーケティング学科が設置された実績及びマーケティング研究者が揃っているという特性を活かしつつ、グローバル化、サービス経済化にマーケティング研究の理論を活かして対応できる高度専門職業人の養成を目的として、平成 22 年 4 月我が国初となるマーケティング専攻修士課程が設置された。これに加え、ビジネス・会計ファイナンス専攻博士前期課程には、国家資格としての中小企業診断士資格の取得と実践経営学に裏付けられた MBA 教育の成果を共有する有能な中小企業診断士の登録養成を目的とした中小企業診断士登録養成コースを設けると共に、同専攻博士後期課程を設置し、平成 24 年 4 月のマーケティング専攻博士後期課程設置を経て、現在の 3 専攻体制が整備されるに至ったのである。

本研究科では、冒頭に述べた建学の精神と「自分の哲学を持つ」、「本質に迫って深く考える」、「主体的に社会の課題に取り組む」という本学の教育理念を踏まえつつ、「高度な実践経営学」の理念を掲げ、経営学分野全般の教育・研究を行うことを目指している。そして、多様な経歴と実績を持つ教員組織を整備して、組織や戦略などの基本分野に加え、ファイナンスやマーケティングなど、経営学の主要な理論分野を構成する幅広い領域を教授するとともに、中小企業診断士や税理士の養成など、高度な専門的国家資格の取得を前提としたカリキュラムにより、高い実務能力を要する実践的領域においても、社会の要請に応えるべく、環境整備と人材養成を行ってきた。

一方で、新たな経済社会で活躍できる、経営学とマーケティングの両分野に精通する高度な人材の養成が強く求められ始めている。なぜなら、中国やアセアン諸国においては、急速な経済成長による可処分所得の上昇に伴い、「世界の工場」と呼ばれた生産拠点から消費市場へ、その姿は大きく変わり始めた。こうした変化のもと、高度成長期の日本と同じように、生産がリードする経済から価格以外の多様な基準で財やサービスを選択する消費者が主導権を持つ経済へという、大きなパラダイムシフトが生じている。この新たな経済社会においては、生活者のライフスタイルや価値観の変化、環境への意識の高まりやIT技術の急拡大に伴うスマートフォンなどの新たなメディア・デバイスとの接触など、経済成長とともに急激に変化する諸要因を念頭に置きつつ、企業の経営環境を分析し、その環境や組織に適合したマーケティング戦略を構築できる人材が日本と世界で必要となっている。

本研究科では、このような経済の変化とそれに伴う社会の要請に応えるべく、これまでの実績とその過程で得られた経験を踏まえ、一段と高度化された理論と実践の統合を狙い、既存の経営学専攻とマーケティング専攻を改組・統合することとした。

具体的には、日本人学生だけでなく、中国やアセアン諸国などのアジアを中心としたグローバルな留学生を対象にした教育・研究を推し進めるとともに、グローバル化、サービス経済化、イノベーション創出が重視される変革の時代において、「高度な実践経営学」の理念のもとに、多様なバックグラウンドを持つ大学院生の多岐にわたる研究活動を支援する。博士前期課程においては、経営学及びマーケティングに関する高度な理論と専門知識に裏打ちされた研究を通して、論理的思考力を修得させるとともに、高度な実践能力として、理論を応用し、課題分析や戦略立案などの幅広い手法を修得した、社会の発展に貢献できる高度専門職業人を養成する。また博士後期課程においては、経営学やマーケティング分野において、問題を的確に分析・究明できることに加え、専門性を発揮して理論的・実践的な知を創造することができる、卓越した専門理論と実践能力を兼ね備えた自立した研究者、国際性と独創性に富んだ高度研究人材を養成する。

<ディプロマ・ポリシー>

【博士前期課程】

以下の資質や能力を身につけたうえで、所定の年限・単位等を満たした者に対して、修得単位及び学位論文の内容に応じて、修士（経営学）又は修士（マーケティング）の学位を授与する。

- ・経営学及びマーケティングについて、ディシプリンに基づく高度な専門性を身につけている。
- ・先入観や偏見にとらわれず物事の本質に迫り、論理的・体系的に深く考える能力を有している。
- ・グローバル化・サービス経済化する社会に対応し、経営学及びマーケティングについての理論を応用できる実践力を身につけている。

- ・イノベーション創出が重視される変革の時代において、データや資料に基づき、創造的かつ有用な提案ができる能力を有している。

【博士後期課程】

以下の資質や能力を身につけたうえで、所定の年限を満たした者に対して、修得単位及び学位論文の内容に応じて、博士（経営学）又は博士（マーケティング）の学位を授与する。

- ・社会にとって有益な研究を公正に行うことのできる価値観と、研究を通して社会の発展に寄与する使命感を有している。
- ・自立した研究者として、データや資料に基づき、問題を的確に分析できることに加え、論理的・体系的に物事の本質に迫る探求心を身につけている。
- ・社会のあらゆる局面において、経営学及びマーケティングについての卓越した研究能力を活かして、知を創造する実践力を有している。

博士前期課程においては、グローバル化やイノベーション創出が求められる企業経営を担う上で必要となる高度な経営学やマーケティングの専門知識の修得と活用、技術経営におけるマーケティング戦略の導入、流通分野における消費者行動把握に向けたマーケティングサイエンスの活用、グローバル・マーケティングを実施する組織と戦略の統合など、経営学とマーケティングの両分野に通じ、その知識を統合しえる高度専門人材養成を目的にした教育・研究を行う。加えて、アセアンなど漢字圏以外のアジア諸国からの留学生の増加とそのニーズに応えるため、英語による学位取得を可能にするプログラムも開設する。

修了後の進路としては、日本内外の企業の経営戦略企画部署やマーケティングエグゼクティブ、ブランド・マネジャー、マーケット・リサーチャーやマーケティング戦略構築部門、コンサルタント、政府機関など、幅広い経営組織への就職、加えて、さらに研究力を付けるための後期課程への進学などが考えられる。

博士後期課程では、博士前期課程において培った経営学とマーケティングの統合された分野やその関連領域において、豊かな創造性と独創性を発揮しつつ、高度な研究能力を修得させる。修了後の進路としては、日本内外の大学などの研究教育機関、シンクタンクなどの調査研究機関、企業の戦略企画部門、政府機関などへの進路が考えられる。

② 研究科、専攻等の名称及び学位の名称

研究科名称

経営学研究科

Graduate School of Business Administration

専攻名称

経営学・マーケティング専攻

Course of Business Administration and Marketing

取得学位の名称

修士（経営学）

Master of Business Administration

修士（マーケティング）

Master of Marketing

博士（経営学）

Doctor of Business Administration

博士（マーケティング）

Doctor of Marketing

日本だけでなく中国やアセアン諸国において、企業の経営環境を分析し、その環境や組織に適合したマーケティング戦略を構築する必要性の高まりに伴い、経営学とマーケティングの両分野に精通する高度な人材養成が求められていることは前述のとおりである。本専攻は、こうした新たな経済社会の環境変化に起因する要請に応えるべく改組設置することから、その専攻名称は、経営学とマーケティングの両分野の統合を明示する上記の名称とした。

学位の名称については、マーケティングも経営学の一部と考えるわが国においては経営学修士もしくは博士の学位が一般的となっている。しかし、アジアではマーケティングの専門性も重視されており、マーケティング分野における修士もしくは博士の学位が一定の評価を受ける状況であることを鑑み、改組前と同様にマーケティングの学位名称も併せて使用し、学生は自身の専攻領域によって経営学とマーケティングのいずれかの学位を選択できるようにした。

なお、授与する学位は、学生が学位論文に関わる研究テーマを具体的に決定する際に希望する学位を申請し、研究科委員会での論文審査判定時に決定する。

③ 教育課程の編成の考え方及び特色（教育研究の柱となる領域（分野）の説明も含む）

中央教育審議会の「新時代の大学院教育－国際的に魅力ある大学院教育の構築に向けて－」（平成 17 年）によると、博士学位課程については「研究者として自立して研究活動を行うに足る、又は高度の専門性が求められる社会の多様な方面で活躍し得る高度の研究能力とその基礎となる豊かな学識を養う」ことが、その目的・役割として述べられている。また、今後の知識基盤社会にあつては、博士課程修了者が研究・教育機関に限らず社会の多様な場での中核的人材として活躍することを求めている。

経営学研究科は、これを受けて、「高度な実践経営学」という理念を実現すべく、各専攻において、各教員が理論と実践を組み合わせた授業を行うことによって、学生が理論と実践を共に身に付けることができるように教育課程が編成されてきた。経営学・マーケティング専攻においてもこの伝統を守り、科目名はオーソドックスであるが、各教員は各講義や演習の中で、経営学やマーケティングの理論と実際の企業の経験に基づくケーススタディを学生のニーズに応じて適切に組み合わせる授業を行うことになっているので、今後も、理論と実践力を共に十分に養うことができる。

ア 教育課程編成の考え方

【博士前期課程】

教育課程は「授業科目（コースワーク）」と「研究指導（リサーチワーク）」の両方から構成される。

「授業科目」は、さらに経営学及びマーケティングの専門知識や理論を身につける「特論」と、論理的思考力と実践能力を身につける「演習」に分けられる。授業科目数については、経営学領域に 16 分野 62 科目、マーケティング領域に 12 分野 46 科目を配置しており、経営学及びマーケティングにおける基礎分野から応用分野まで多様な科目を配置することにより、理論とそれを応用する実践力の修得を可能とする。学生はこれらを自らの専攻分野に従い、適切に組み合わせる履修することができる。具体的には以下のような科目の組み合わせが想定される。（典型的な履修モデルについては、「⑤ 教育方法、履修指導、研究指導の方法及び修了要件」にて示す。）

【専攻分野による授業科目の組み合わせ（一例）】

専攻分野	科目区分	
	経営学領域	マーケティング領域
企業や非営利組織の経営	経営学特論 A／B 経営学演習 A／B 非営利組織経営論特論 A／B 非営利組織経営論演習 A／B 経営戦略特論 A／B 経営戦略演習 A／B	
ものづくり	技術経営論特論 A／B 技術経営論演習 A／B	ブランド戦略特論 A／B ブランド戦略演習 A／B
サービスや流通を含めたマーケティング分野全般		サービスマーケティング特論 A／B サービスマーケティング演習 A／B 流通特論 A／B 流通演習 A／B マーケティング・リサーチ特論 A／B マーケティング・リサーチ演習 A／B
グローバル・マーケティングと国際経営	国際経営論特論 A／B 国際経営論演習 A／B	グローバル・マーケティング戦略特論 A／B グローバル・マーケティング戦略演習 A／B グローバル戦略特論 A／B グローバル戦略演習 A／B

「研究指導」は、主指導教員、副指導教員を中心としつつ、修士論文中間報告会などにより専攻内外の多くの教員も関わりながら、研究方法の基本から資料収集、先行研究の検討、理論構築、論文作成、学会発表など、院生の研究進展に即応した指導を効率的に行う。授業科目の履修と併せて、本専攻が狙いとする経営学とマーケティングの両分野の理論と実践を身に着けた高度な専門的能力と論文執筆力が鍛えられる。

【博士後期課程】

授業科目は、経営学及びマーケティングにおける高度の専門知識や理論を教授するため、多様な分野に関する「特殊研究」を配置する。組織・戦略、技術経営、グローバル経営、流通マーケティング、マーケティングサイエンスなどの科目を配し、学生は自身の専攻分野に応じた科目を履修する。

研究指導では、主指導教員、副指導教員を中心とし、専攻内外の多くの教員が関わりながら、学生の研究テーマに沿った論文執筆まで、きめ細かな指導を行う。授業科目と同様に、学生が自身の専攻分野に応じた研究指導を選択できるよう、多様な分野に関する研究指導を配している。博士後期課程の目的は独創性ある研究成果を生み出すことを支援することを通じて自立した研究者を養成することであるため、特に研究指導を重視する。

このように、授業科目と研究指導を通じて、高度な研究活動を自立して行ううえで不可欠な独創的かつ卓越した研究能力を養う。

イ 教育課程編成の特色

【博士前期課程】

科目編成の特色としては、オーソドックスな科目に加え、「国際経営論特論A／B」や「技術経営論特論A／B」などグローバル化やイノベーション創出が求められる経営環境に合わせた企業組織や経営戦略の構築を研究する科目や、「マーケティング・リサーチ特論A／B」などビッグデータを活用したマーケティング科目を配置していることで、学生が各自の多様な研究課題に応じて経営学とマーケティングの両分野を学習しつつ、最新の理論から応用までを一貫して学べることである。

また、スーパーグローバル大学創成支援事業に採択されている本学は、グローバル人材の養成を社会に対して約束している。本専攻においても、グローバル人材の養成を目的として、英語のみで行う「マーケティング・リサーチ特論A／B（英語開講）」、「マーケティング戦略特論A／B（英語開講）」の常時開講や、他の科目においても履修者の希望により英語で行うことなどを通じて、英語で経営学、マーケティングを議論できる専門的能力を磨くことができる。なお、これらの科目の設置は、アセアンなど漢字圏以外のアジア諸国からの留学生の増加とそのニーズに応えるという国際貢献の意味もある。

【博士後期課程】

幅広い分野に対応するよう科目を配置することで、博士前期課程と同様に、学生が自身の専攻分野の科目と関連する周辺領域の科目とを経営学とマーケティングの両分野からニーズに合わせて自由に選択でき、研究の幅を広げられるようにも配慮している。

また、履修者の希望により英語で行う科目などを通じて、英語で経営学、マーケティングを議論できる能力を涵養する。

④ 教員組織の編成の考え方及び特色

本専攻の教員組織の編成の考え方の基本は、「大学院には、その教育研究上の目的を達成するため、研究科及び専攻の規模ならびに授与する学位の種類及び分野に応じ、必要な教員を置くものとする」（大学院設置基準第8条第1項）を遵守し、経営学及びマーケティングには専任教員を配置することである。また、各専門分野に特化した客員教授、及び実学に基づく講義カリキュラム編成に伴う非常勤講師などを招聘する。

博士前期課程を担当する専任教員は22名であり、うち15名は博士の学位を有している。学位の分野としては、経営学5名、商学3名、経済学3名、人文科学1名、理学2名、工学1名となっている。博士学位を有さない教員であっても、専門分野は経営学、商学、マーケティング、経営情報などとなっており、本専攻が対象とする研究分野と整合している。

博士後期課程を担当する専任教員は16名であり、うち11名は博士の学位を有している。学位の分野としては、経営学5名、商学1名、経済学3名、理学1名、工学1名となっている。博士学位を有さない教員であっても、専門分野は経営学、商学、マーケティングとなっており、こちらも本専攻が対象とする研究分野と整合している。

特色としては、博士前期課程及び博士後期課程のいずれについても、経営学領域とマーケティング領域それぞれの基幹となる分野に、十分な数の専任教員を適切に配置していることである。

なお、専任教員の年齢構成は、博士前期課程では30才代3名、40才代7名、50才代5名、60才代7名、博士後期課程では40才代5名、50才代4名、60才代7名であり、年齢構成の面でも教育研究水準の維持及びその活性化に支障が無い、バランスの取れた構成になっている。

【資料1】学校法人東洋大学教職員定年規則

⑤ 教育方法、履修指導、研究指導の方法及び修了要件

ア 教育方法

経営学研究科では、「高度な実践経営学」の理念を達成するため、博士前期課程では、授業科目に特論と演習とを配置し、特論において先端的な理論などについて教授し、その成

果を実践的活用するため、演習において、院生各自の研究課題に即した活用成果をプレゼンし、相互検討を通じ、問題式の深化を行う。単に経営学分野とマーケティング分野を別々にマスターするだけでなく、後述する履修モデルに示すように、両分野の基本的科目を理解することで、例えば「経営と企業システム」、「技術経営とマーケティング」、「マーケティングサイエンスと HRM」、「グローバル経営のマーケティング戦略」など、経営学とマーケティングの両分野に関係する先端的な理論と実践も修得させる。こうした先端的な理論と実践を基礎にして、研究指導においては、各自が設定した研究課題に沿って学位論文を作成するうえで不可欠な資料収集、先行研究のレビュー、ケース分析や数量分析の技法、モデル構築と検証、理論構築の方法、論文作成方法など、具体的な研究活動を個別かつ包括的に指導する。

博士後期課程においては、経営学もしくはマーケティング及びその関連分野において、独創性の高い研究能力の涵養に重点を置き、授業科目の履修によって高度な先端的理論を学びつつ、演習においてその理論の実践を学ぶ。研究指導においては、主指導教授と副指導教授だけでなく、当該分野の複数教員に対し、その研究成果を報告し、独創性を評価する中間報告会などを通じ、課程修了時までに経営学やマーケティング分野における研究の進展に貢献し得る学位論文の作成を支援する。

イ 履修指導の方法

志願時点において事前に意向表明した経営学もしくはマーケティングを主専攻とする。入学時に、日英両言語によりガイダンスを実施し、主指導教授を相談の上決定する。主指導教授は、経営学もしくはマーケティング分野の履修モデルなどを提示しつつ、教育課程表や時間割、授業科目と研究指導の科目選択、学位取得までの履修スケジュールや、各自の研究課題に即した履修指導などを行う。次に副指導教授を1～2名決め、速やかに主指導教授と副指導教授と相談の上、研究テーマを確定し、届け出る。履修する授業科目は、学生の研究テーマに即して、主指導教授の指導の下、履修計画を作成したうえで登録する。これ以降は、セメスタごとに研究の進捗状況に応じて履修指導を受ける。

【資料 2】履修モデル

ウ 研究指導の方法

博士前期課程及び博士後期課程とも、入学時に決定した主指導教授および副指導教授のもとで、入学後ただちに研究課題を決定し、研究計画を策定して、各自の研究を開始する。どちらにおいても、論文作成過程において、教員等からの幅広いコメントを得て論文の質を高めるために、中間報告会を必ず開かなければならない。

博士前期課程では、指導教授のもとで、企業経営やマーケティングの実態を踏まえつつ、授業科目を通じて修得した理論や実証分析ツールを活用し、各自がリサーチ・クエスチョンや仮説を明確化し、理論に裏打ちされた現状分析、独創性の高い修士論文作成の指導を

受ける。また、視野狭窄に落ちることの無いように、セメスタごとに当該分野の複数教員に向けた中間報告会を実施し、参加した複数教員から各自の研究方向や内容、その独自性などについて評価を受ける。教員は、この集団的指導を通じて、幅広い実践的研究成果の創出を支援する。

博士後期課程の学生に対しても、主指導教員と副指導教員が継続的な研究指導を行う。学生は、特定のセメスタごとに当該分野の複数の教員が参加する中間報告会において研究内容を発表し、集団的な指導を受けることで、高度な専門性と独創性を持った博士論文の完成を目指す。

博士論文作成過程で義務化されている中間報告会は最終的な論文の完成に役立つだけでなく、外部研究者も交えた博士論文公聴会（後述）や学会報告の予行練習にも役立つという点で、従来から円滑な博士学位取得に貢献してきたが、今後も改善を図りながらこのプロセスを踏襲する。

博士学位については、その質を担保するため、学位取得の前提条件として、査読制のある学術誌に第一著者として掲載された論文が3本以上あること（うち1本は日本学術会議協力学術研究団体の学会又はそれと同等の学会での査読論文であること）、及び日本学術会議協力学術研究団体の学会またはそれと同等の学会で研究報告を2回以上行うこととしており、指導教授は、本条件の充足を果たすことに留意した指導を行う。併せて、学位論文の最終試験として、学内教員だけでなく、一般に公開する公聴会の実施等を通して、当該学術分野に貢献できる高度かつ独創性のある学位論文作成を実現する。

<博士前期課程の研究指導計画>

・第1セメスタ

主指導教授および副指導教授が決定した後、指導教授と相談の上、修士論文題目届を提出する。

指導教授と相談の上、研究テーマに関連する分野の授業を履修する。

・第2セメスタ

指導教授と相談の上、研究テーマに関連する分野の授業を履修する。

問題意識に基づいて、研究関連分野の最近の研究活動の状況等のレビュー、先行研究のサーベイなどを行う。

・第3セメスタ

指導教授と相談の上、研究テーマに関連する分野の授業を履修する。

指導教授と相談の上、更新された修士論文題目届を提出する。確定した研究テーマに基づいて先行研究のレビュー作成、フィールド調査などを行い、研究成果を中間報告会で発表する。

・第4セメスタ

指導教授と相談の上、研究テーマに関連する分野の授業を履修する。

経営学研究科で定める修士論文作成基準に基づいて論文を執筆する。ゼミ等でのプレゼンテーションを重ねることにより、論文内容の充実と高度化を図り、修士論文を完成させる。

<博士後期課程の研究指導計画>

・第1セメスタ

主指導教授および副指導教授が決定した後、指導教授と相談の上、研究題目届を提出する。

指導教授と相談の上、研究テーマに関連する分野の授業を履修する。

・第2セメスタ

指導教授と相談の上、研究テーマに関連する分野の授業を履修する。

学会での口頭発表および学術雑誌への投稿論文執筆を行う。

研究報告書を提出し、中間報告会で報告を行う。

・第3セメスタ

指導教授と相談の上、研究テーマに関連する分野の授業を履修する。

指導教授と相談の上、変更が必要な場合は変更した研究題目届を提出する。研究内容をさらに深め、学会口頭発表および学術雑誌への投稿を行っていく。

・第4セメスタ

指導教授と相談の上、研究テーマに関連する分野の授業を履修する。

博士論文のフレームワークを決める。研究報告書を提出し、中間報告会で報告を行う。

・第5セメスタ

指導教授と相談の上、研究テーマに関連する分野の授業を履修する。

指導教授と相談の上、最終の研究題目届を提出する。中間報告会で報告を行い、博士論文の修正指導を受ける。

・第6セメスタ

指導教授と相談の上、研究テーマに関連する分野の授業を履修する。

博士論文を提出する。公聴会で報告し、論文の審査および最終試験を受ける。研究報告書を提出する。

【資料3】修了までのスケジュール

エ 修了要件

(1) 博士前期課程

本課程に2年以上在学し、30単位以上を修得し、かつ必要な研究指導を受けたうえ、当該研究科の目的に応じ「修士学位論文」の審査および最終試験に合格した者に修士の学位を授与する。ただし、在学期間に関しては、優れた業績を上げた者については、1年以上

在学すれば足りるものとする。

主指導教授の「研究指導」を、毎セメスタ必ず履修する。

(2) 博士後期課程

本課程に3年（法科大学院を修了したものにあつては2年）以上在学し、必要な研究指導を受けた上、博士論文の審査及び最終試験に合格した者に博士の学位を授与する。ただし、在学期間に関しては、優れた研究業績を上げた者については、本大学院に1年以上（博士前期課程若しくは修士課程又は専門職学位課程に1年以上2年未満在学し当該課程を修了した者については、当該課程における在学期間を含めて3年以上）在学すれば足りるものとする。

主指導教授の「研究指導」を、毎セメスタ必ず履修する。

オ 学位論文審査体制

学位論文審査にあたっては、東洋大学学位規程に則り、審査の厳格性及び透明性について十分に留意しながら審査を行うものとする。論文審査体制では、当該分野の専門性を担保するため指導教授が主査となる場合があるが、公平性と専門性に留意して副査を置き、口述試験は専攻内の有資格教員の出席のもと公開で行い、審査の透明性に留意している。博士学位論文審査については、複数の副査を置き、複数回の審査会に加え、経営学研究科の教員など大学関係者だけでなく、当該研究に関心のある学外者にも公開された公聴会における発表を経て、口述試験を行う。

論文審査結果は、専攻内の会議において主査と副査の合議により成績と合否が提案され、その内容について討議を行う。その後、研究科委員会において主査から報告の後合否の審議に付される。特に博士学位論文審査については、論文審査内容と研究科委員会審議結果が研究科長会議での報告と学内稟議手続によって学長へ報告される。このようなプロセスを経ることにより、公平性・厳格性を担保している。

論文審査にあたっては、前述のディプロマ・ポリシーを満たしているかについて、経営学研究科の学位論文審査基準に照らして審査を行う。なお、この基準はガイダンス等で事前に周知する。

合格した学位論文のうち、修士論文は研究科に、博士論文は本学図書館に納入される。また、博士論文については、全文並びに論文の内容の要旨および審査の結果の要旨を、東洋大学学術情報リポジトリによって公表する。

カ 研究の倫理審査体制

本学では、「研究活動における不正行為への対応等に関するガイドライン」に基づき、大学及び研究者としての倫理規範や責務等を東洋大学研究倫理規程に定めるとともに、研究者の研究活動における不正行為の防止及び対処を目的として東洋大学研究倫理委員会規程

を定めて運用している。あわせて、公的研究費について、「研究機関における公的研究費の管理・監査のガイドライン」に基づき、東洋大学公的研究費運営・管理規程を定め、適正な管理及び運営を行うこととし、適切な研究活動のために環境を整備している。学生に対しては、入学時のガイダンスにおいて研究倫理教育を実施するとともに、指導教授から研究指導を通じて継続的に研究倫理教育が行われる。

また、本研究科の研究領域に係る研究倫理の審査体制として、「東洋大学における人を対象とする医学系研究に関する倫理規程」に順じ、当該研究に関する被験者の人権及び尊厳の保障、安全性の確保並びに倫理的、科学的妥当性の観点からその適正な実施を図る。またその目的を達成するために、当該研究に関する倫理審査委員会を必要に応じて設置・運用する。

【資料 4】 東洋大学研究倫理規程

【資料 5】 東洋大学研究倫理委員会規程

【資料 6】 東洋大学公的研究費運営及び管理規程

【資料 7】 東洋大学における人を対象とする医学系研究に関する倫理規程

⑥ 施設、設備の整備計画

本専攻が設置される白山キャンパスは、東京都文京区白山にある都市型キャンパスである。校地面積が 35,897.67 m²、校舎面積が 95,320.01 m²で、学部と施設を共有する。面積は決して広いとはいえないが、キャンパスのメインエントランスであり、中央に泉が流れ沿道が樹木に彩られた「甬水の森」や、解放感のある憩いの空間である「キャンパスプラザ」、4 号館のアリーナや多目的スペース、食堂については、3 号館（地下）・8 号館（地下・1 階）、6 号館の 1,300 席のフードコート食堂など、学生の休息その他の利用のための空間も用意されている。

教室数は、小教室（99 名以下）が 124 室、中教室（100～269 名）が 33 室、大教室（270 名以上）が 15 室、PC 教室が 11 室設置されている。また、規模ごとの教室稼働率は小教室が 55.8%、中教室が 57.9%、大教室が 57.9%、PC 教室が 52.3%となっており、学部と共用ではあるが、数量と有効なキャパシティとの両面で、26 名（博士前期課程 22 名／博士後期課程 4 名）の入学定員である院生に対して十分対応できる設備を整えている。

院生の研究環境としては、各研究科に大学院生専用の共同研究室を設けており、共用のデスクや PC、個人用ロッカーを設置するなどして、その環境を整えている。本専攻が属する経営学研究科についても既に同様の環境が整備されている。

また、本専攻専任研究室を各教員に 1 室ずつ設けており、個別の研究室を設けることでオフィスアワーを設定し、大学院生が自由に研究等の相談ができる環境を確保している。

東洋大学に既存する白山キャンパス、朝霞キャンパス、板倉キャンパス及び川越キャンパスにそれぞれ図書館が整備されており、各キャンパス間を毎日巡回しているシャトル便

によって、早い場合は希望した翌日に図書を取り寄せることができ、他キャンパスの図書館蔵書図書を有効に利用することが可能である。全キャンパスの図書館の蔵書数は、合計158万冊（平成30年2月8日現在）を超えており、教育・研究上、非常に有効な資源である。なお、完成年度には163万冊を超える蔵書数になる予定である。

これらの図書および雑誌等の資料は、本学の蔵書検索システム(OPAC)で学内はもとより学外からも検索することが可能であるとともに、他キャンパス図書館資料の取り寄せ申し込みおよび予約も可能である。さらに国立情報学研究所(NII)が提供している NACSIS Webcat により総合目録データベースの情報検索が可能であり、相互貸借システムである NACSIS ILL により他大学図書館および他機関の文献複写や図書資料の取寄せも充実している。さらに利用者に最新の情報を速やかに提供するために、毎年、データベース・電子ジャーナルの充実・整備を図っており、ホームページを通して図書館内はもちろん、各教員の研究室などネットの環境が整備されている場所から利用できる。大学図書館コンソーシアム連合(Japan Alliance of University Library Consortia for E-Resources : JUSTICE)に加入し、電子ジャーナルをはじめとした学術情報を、安定的・継続的に確保することに努めている。

以上のことから、白山キャンパスの施設・設備の現状は、関係法令に規定する要件を十分に満たすものである。

【資料8】大学院生共同研究室フロア及び室内見取図

⑦ 基礎となる学部との関係

経営学研究科は学部に基礎を置く研究科であり、教育内容は基本的には経営学部の学士課程における幅広い基礎学力を前提としている。経営学部には経営学科、マーケティング学科、会計ファイナンス学科がある。経営学・マーケティング専攻博士前期課程は、学部の経営学科及びマーケティング学科と対応しつつ、より高度かつ専門的な理論と実践を学ぶため、経営組織、戦略、経営情報分析、マーケティング戦略、マーケティングサイエンス、流通・サービスマーケティングなど、学部教育との連携・継続性を基礎にした高度化と専門化を狙ったカリキュラム構成となっている。さらに、博士後期課程は、高度かつ独創性を持った研究能力を身につける教育を行う。学部において成績や単位などの要件を満たした学部生は学内推薦入試制度を利用して学部での研究を研究科にて継続・発展できるだけでなく、学部4年生は大学院開講科目履修制度を活用して大学院の講義を受講することもできる。

【資料9】基礎となる学部との関係

⑧ 入学者選抜の概要

本学は、学校教育法第 102 条及び学校教育法施行規則第 155～第 166 条に照らし、東洋大学大学院学則第 30 条に「入学の資格」を定めている。本専攻では、アドミッション・ポリシーにおいて次のような入学者を求める。

＜アドミッション・ポリシー＞

【博士前期課程】

入学希望者の特性に応じた適切な方法で多様な入学者選抜試験を実施し、筆記試験、面接、書類選考等を通じて、以下の資質や能力を示した者を受け入れる。

- (1) 経営学及びマーケティングの基礎知識並びに調査・研究に必要な能力を有する者
- (2) 専門知識を駆使して問題解決に取り組む意欲があり、さらに自己研鑽を怠らず他人の意見を吸収する柔軟性を持った者
- (3) 物事への探求心が旺盛で、グローバルかつ地域コミュニティにおいても貢献する意思のある者
- (4) 将来、国内外の学界や企業等の経営体で活躍する研究者、教育者、高度専門職業人を目指す者

【博士後期課程】

入学希望者の特性に応じた適切な方法で多様な入学者選抜試験を実施し、筆記試験、面接、書類選考等を通じて、以下の資質や能力を示した者を受け入れる。

- (1) 経営学及びマーケティングの高度な専門知識並びに調査・研究に必要な能力を有する者
- (2) 専門知識を駆使してグローバル化、サービス経済化など、社会における問題解決に取り組む意欲があり、さらに自己研鑽を怠らず他人の意見を吸収する柔軟性を持った者
- (3) グローバルな視点に立って、経営学及びマーケティングについて、ディシプリンに基づく高度かつ独創的な研究をさらに進めようとする意思を有している者
- (4) 将来、国内外の教育研究機関、企業、各種組織などにおいて指導的な研究者を目指す者

このアドミッション・ポリシーに沿った学生を受け入れるために、以下のような入学者選抜を実施する。

【博士前期課程】

＜入学者選抜方法＞

入学試験種別	選考項目
一般入試	書類選考・筆記試験・面接
社会人入試	書類選考・筆記試験・面接
学内推薦入試	書類選考・面接
外国人留学生入試	書類選考・筆記試験・面接

書類選考において事前課題を提出させ、アドミッション・ポリシーで求める能力の一端を確認する。

一般入試の筆記試験では、大学院において経営学もしくはマーケティングの専門的研究活動を行う上で不可欠な当該分野における基盤的知識を問う筆記試験と英語を必須とし、経営学もしくはマーケティング及び英語論文の読解ができる基礎力を確認している。なお、筆記試験及び面接とも、日本語又は英語の何れの言語でも受験できるように配慮している。社会人入試については、出願時において企業もしくは官公庁等に通算 1 年以上の在職経験を有する者としている。学内推薦入試については、在学中の成績が所定の出願基準を満たした者を対象にする。

可否については研究科委員会で審議を行い、その意見を聞いて学長が決定する。なお、入学定員は 22 名とし、入学試験種別ごとの枠は設けていない。

【博士後期課程】

＜入学者選抜方法＞

入学試験種別	選考項目
一般入試	書類選考・筆記試験・面接
社会人入試	書類選考・筆記試験・面接
学内推薦入試	書類選考・面接
外国人留学生入試	書類選考・筆記試験・面接

書類選考において事前課題を提出させ、アドミッション・ポリシーで求める能力の一端を確認する。

一般入試の筆記試験では、外国語 2 科目のうち、英語を必修とし、その他は英語、仏語、独語から選択することとし、外国語文献の読解能力を確認している。この点は社会人及び留学生入試においても踏襲している。社会人入試については、入学時に修士の学位を有し、出願時に企業もしくは官公庁等に通算 1 年以上の在職経験を有する者としている。学内推薦入試については、修士課程在学中の成績が所定の出願基準を満たした者を対象にする。

可否については研究科委員会で審議を行い、その意見を聞いて学長が決定する。なお、入学定員は4名とし、入学試験種別ごとの枠は設けていない。

正規の学生以外に、科目等履修生、聴講生等も受け入れるが、この場合も正規の学生の教育に影響を与えないよう、受入数は若干名とし、面接を行うなどしてその目的、意欲をよく確かめた上で受講を認める予定である。

⑨「大学院設置基準」第14条（昼夜開講）による教育方法の実施

本研究科では、「大学院設置基準」第14条の規定に基づき、社会人学生への配慮を行う。

ア 修業年限

博士前期課程の修業年限は、2年を標準修業年限とし、在学できる最長年限は4年と定めている。ただし、学生が職業を有している等の事情がある場合に標準修業年限で修了することが困難であると認められる者については、所定の期間に申請書類を学長へ提出することにより、標準在学年限を超えて一定の期間にわたり計画的に教育課程を履修することができる、長期履修制度を設ける。この長期履修制度により認められる履修期間は3年間とする。

博士後期課程の修業年限は、3年を標準修業年限とし、在学できる最長年限は6年とする。

イ 履修指導及び研究指導の方法

「⑤教育方法、履修指導、研究指導の方法及び修了要件」で記載した内容を踏まえて、授業及び演習等の授業時間帯及びオフィスアワーにおいて、個別あるいは集団的に行う。

ウ 授業の実施方法

授業時間帯は、1時限から7時限まで（9時00分～21時25分）、土曜日は1時限から5時限（9時00分～18時00分）とする。本研究科では、社会人大学院生の履修のしやすさを考慮した時間割を編成し、大学院生の選択の幅を広げるとともに、社会人大学院生にとって業務との両立を可能にする。

エ 教員の負担の程度

全学方針として、大学院を週2コマ以上担当する場合は、学部授業を週4コマに削減できることが定められており、大学院授業の負担の程度は半期科目で年間4コマを基本とし、その負担については学部授業も含めて調整を図る。また、昼夜開講制の実施による教員の負担を軽減するため、開講科目を厳選する。

オ 図書館・情報処理施設等の利用方法や学生の厚生に対する配慮、必要な職員の配置

本研究科を開設する白山キャンパス図書館の利用時間は、平日 8 時 30 分～22 時 00 分、土曜日は 8 時 45 分～20 時 00 分である。また、情報処理施設として学生に開放しているナレッジスクエアや開放 PC 教室の利用時間は、平日・土曜日 9 時 00 分～21 時 30 分であり、加えて平日・土日 8 時 00 分～23 時 00 分で利用が出来る院生共同研究室を設置しており、学生の学習・研究活動に支障はない。

大学院を担当する事務局として、大学院教務課が置かれている。窓口時間は平日 9 時 30 分～20 時 30 分、土曜日 9 時 30 分～16 時 45 分としており、学生の教育研究支援体制を整えている。なお、警備員が 24 時間常駐して安全管理に当たっている。

カ 入学者選抜の概要

「⑧入学者選抜の概要」に記載のとおり運用を行っている。定員については別枠を設けず、通常の定員枠（博士前期課程：定員 22 名／博士後期課程：定員 4 名）で運用する。

キ 博士課程において必要とされる分野であること

グローバル化やイノベーションが求められる分野が急拡大するなか、企業経営に関わる知識の再履修と高度化が求められており、社会人の大学院レベルにおけるリカレント教育が不可避となっている。また、二部経営学を有する本学においては、二部経営学部で学ぶ社会人学生が、学部教育だけでは不十分だと感じ、博士前期課程に進学する事例も生じている。さらに、博士後期課程では、現在、企業の経営企画部門、グローバル戦略分野、R&D 部門、マーケティング戦略の立案と実施など、専門性と高度な知識が要求される立場にある社会人や中小企業診断士など国家資格を持った専門職業人などが、より高度な知識と研究能力の修得を目的として進学してくることも想定されることから、昼夜開講とすることで社会人学生の通学負担を軽減する。

ク 博士課程において、大学院を専ら担当する専任教員を配置するなどの教員組織の整備状況等

経営学領域とマーケティング領域を合わせて、専任教員 16 名が博士後期課程の研究指導を担当できる体制を用意し、指導する学生の分散化を図ることで、特定の教員に負担が偏ることのないよう配慮している。

⑩ 管理運営

本専攻が属する経営学研究科には、経営学研究科の関係事項を審議するために「東洋大学大学院研究科委員会規程」に基づき、経営学研究科委員会が設置されている。研究科委員会は、当該研究科の研究指導を担当する本学専任教員をもって組織する。ただし、必要に応じて本学専任教員の授業担当者及び東洋大学大学院学則第 20 条第 3 項に規定する客員

教授を加えることができる。原則として月 1 回の定例経営学研究科委員会を開催する。また、必要に応じて臨時に開催することができる。

研究科に研究科長を置き、研究科長は研究科委員会を招集し、その議長となる。研究科委員会は定員の 3 分の 2 以上の出席がなければ、これを開くことができない。なお、研究科委員会の議題は、以下のとおりである。

(1) 学長が決定を行うに当たり意見を述べる事項

- ・学生の入学、修了及び課程の修了に関する事項
- ・修士学位及び博士学位の授与に関する事項
- ・名誉博士学位の授与に関する事項
- ・学生の退学、休学等に関する事項
- ・その他、教育研究に関する重要な事項で、委員会の意見を聴くことが必要と学長が認める事項

(2) 当該研究科の運営に関する事項

- ・研究科長の推薦に関する事項
- ・研究科委員の選出に関する事項
- ・専攻長の推薦に関する事項
- ・単位認定試験に関する事項
- ・学位論文審査に関する事項
- ・学生の指導及び賞罰に関する事項
- ・教育課程及び授業科目担当者に関する事項
- ・大学院教員資格審査に関する事項
- ・人材の養成に関する目的その他の教育研究上の目的に関する事項
- ・成績評価基準等の明示に関する事項
- ・教育内容の改善のための組織的な研修に関する事項
- ・その他、研究科長が必要と認める事項

⑪ 自己点検・評価

本学では、学校教育法第 109 条に対応して、東洋大学大学院学則第 1 条の 2 に「本大学院は、教育研究水準の向上に資するため、本大学院の教育及び研究、組織及び運営並びに施設及び設備の状況について自ら点検及び評価を行い、その結果を公表する。」と定めており、その実施体制として「東洋大学自己点検・評価活動推進委員会」を設置している。

同委員会は、副学長を委員長として、各学部・各研究科の自己点検・評価に係る委員会の委員長、教務部長、学生部長により構成され、本学全体及び各部署の自己点検・評価活動を支援するための方策、指針の決定や、本学各部署の自己点検・評価活動の検証を行うこととしている。

この体制のもとで、「学科・専攻等における自己点検・評価の実施ガイドライン」を定め、全学科全専攻において、定期的に統一フォーマットによる自己点検・評価を行っている。評価項目については、大学基準協会の評価システムに対応したものとし、各学科・各専攻が実施した自己点検・評価結果については、同委員会において結果の集約・検証を行った上で、学長に報告を行っている。また、検証過程では委員による相互検証（ピア・レビュー）を実施するなど、自己点検・評価結果の精度向上を目指した仕組みを取り入れており、各学科・各専攻の自己点検・評価結果において、目標への達成度が低かった項目については、自己点検・評価の実施後に、改善方策と改善時期の提出を各学科・専攻に求め、そのことを通じて内部質保証システムの構築を図っている。

平成 26 年度には、大学基準協会による第 2 期の認証評価を受審し、平成 27 年 3 月、第 1 期目に引き続き「大学基準に適合していると認定する」との評価を受けた。第 1 期受審（平成 19 年度）の際に指摘された助言は 12 項目であったが、第 2 期受審の際には努力課題として 4 項目の指摘となっている。指摘事項が減少したことは、上述したとおり統一フォーマットによる自己点検・評価を行うなど、継続的に内部質保証システムの構築と改善に取り組んできたことが評価されたものである。また、第 2 期受審の際に指摘された努力課題 4 項目中 3 項目は大学院に関するものであったが、そのうち修士論文の審査基準と研究指導計画の明示については、指摘を踏まえて平成 27 年度中に研究科長会議及び FD 推進委員会、各研究科委員会において検討を行い、現在すでに対応済みとなっており、認証評価を組み入れた実質的な自己点検・評価活動を行っている。

平成 29 年度には、大学基準協会より公表された第 3 期認証評価基準に準じ、中長期計画や 3 つのポリシーの考慮した本学独自の重点評価項目を定めた上で、各学科・専攻による自己点検・評価とピアレビューを実施している。

上記のことから、本学では、学校教育法第 109 条に則して、本学の教育研究水準の向上に資するために、自己点検・評価に取り組んでいるといえる。

⑫ 情報の公表

本学では、学校教育法第 113 条及び学校教育法施行規則第 172 条の 2 に対応して、東洋大学大学院学則第 1 条の 4 に「本大学院は、学校教育法施行規則第 172 条の 2 に定める教育研究活動等の状況についての情報を公表する。」、また、同第 2 項に「前項に規定するもののほか、教育上の目的に応じ本大学院生（以下「学生」という。）が修得すべき知識及び能力に関する情報を積極的に公表するよう努める。」と定め、教育研究活動等の状況についての情報の公表に取り組んでいる。

学校教育法施行規則第 172 条の 2 に定める教育研究活動等の状況に関する情報については、大学ホームページの「トップ>大学紹介>情報公開>教育情報公開」のページを中心に、すべて公表している。公表している情報は以下のとおりである。

(<http://www.toyo.ac.jp/site/data/education.html>)

ア 大学の教育研究上の目的に関すること

- ・各学部学科、各研究科専攻の教育目的・教育目標

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/69150.html>

イ 教育研究上の基本組織に関すること

- ・組織図

<https://www.toyo.ac.jp/site/foundation/oc00-organization.html>

ウ 教員組織、教員の数並びに各教員が有する学位及び業績に関すること

- ・教員数（職名・性別別）

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/81998.html>

- ・教員数（年齢別）

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/81814.html>

- ・教員一人当たりの学生数

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/81742.html>

- ・専任教員と非常勤教員の比率

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/81576.html>

- ・役職一覧（教員）

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/20150827.html>

- ・東洋大学研究者情報データベース

<http://ris.toyo.ac.jp/search/index.html>

エ 入学者に関する受入れ方針及び入学者の数、収容定員及び在学する学生の数、卒業又は修了した者の数並びに進学者数及び就職者数その他進学及び就職等の状況に関すること

- ・各学部学科、各研究科専攻の入学者に関する受入方針

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/69151.html>

- ・入学者数（学部・学科別（1部／2部）・通信教育部・大学院・編入・附属高校等）

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/81627.html>

- ・入学者数の推移（過去5年～学部・学科別（1部／2部）

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/81747.html>

- ・入学者数の推移（過去3年～大学院学生）

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/81812.html>

- ・定員数（学部・学科別（1部／2部）・大学院・通信教育部・附属高校等）

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/81422.html>

- ・収容定員充足率 学部・学科別（1部／2部）

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/81433.html>

- ・学生数（学部第1部・第2部）

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/81438.html>

（大学院・通信・附属高校等）

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/82024.html>

（キャンパス別）

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/82032.html>

- ・卒業者数・修了者数

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/82004.html>

- ・就職状況

<http://www.toyo.ac.jp/site/career/data.html>

- ・主な就職先

<http://www.toyo.ac.jp/site/career/employment.html>

- ・進学者数

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/81877.html>

オ 授業科目、授業の方法及び内容並びに年間の授業の計画に関すること

- ・年間授業計画、シラバス、授業概要 <https://g-sys.toyo.ac.jp/syllabus/>

カ 学修の成果に係る評価及び卒業又は修了の認定に当たっての基準に関すること

- ・履修モデル・主要科目の特長・授業評価基準・卒業（修了）認定基準等（履修要覧抜粋） <http://www.toyo.ac.jp/site/data/education.html>

キ 校地・校舎等の施設及び設備その他の学生の教育研究環境に関すること

- ・各キャンパスの校地・校舎等 学生の教育研究環境

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/education.html>

ク 授業料、入学料その他の大学が徴収する費用に関すること

- ・授業料・入学料その他大学等が徴収する費用

<http://www.toyo.ac.jp/site/jyugyou/campuslife-g02-index.html>

ケ 大学が行う学生の修学、進路選択及び心身の健康等に係る支援に関すること

- ・学生生活支援

<http://www.toyo.ac.jp/life/4/4/>

- ・キャリア形成支援

<http://www.toyo.ac.jp/life/5/5/>

- ・ 留学生支援

<http://www.toyo.ac.jp/site/international02/>

- ・ 障がい学生支援

<http://www.toyo.ac.jp/site/handicap/campuslife-g03-index.html>

コ その他（教育上の目的に応じ学生が修得すべき知識及び能力に関する情報、学則等各種規程、設置認可申請書、設置届出書、設置計画履行状況等報告書、自己点検・評価報告書、認証評価の結果等）

- ・ 学則

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/education.html>

- ・ 設置届出書および履行状況報告書

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/fulfillment.html>

- ・ 自己点検・評価

<http://www.toyo.ac.jp/site/quality-assurance/72905.html>

- ・ 認証評価

<http://www.toyo.ac.jp/site/quality-assurance/72906.html>

- ・ 外部評価

<http://www.toyo.ac.jp/site/quality-assurance/out.html>

- ・ 格付け

<http://www.toyo.ac.jp/site/data/rate.html>

また本学では、教育活動の情報提供について、ステークホルダーにより提供する方法や、媒体に工夫を加えている。特に、父母等に対しては、ホームページ上の公表だけではなく、年3回程度発行される「東洋大学報」を毎号発送することや、全国にある父母会（東洋大学甫水会）の支部総会において、学長、学部長、学科長等が教育活動を中心に大学の活動を報告するなど、積極的に情報の提供を行っている。

⑬ 教育内容等の改善のための組織的な研修等

本学では、大学院設置基準第14条の3及び第43条に対応して、東洋大学大学院学則第1条の3各項に「本大学院は、本大学院の授業及び研究指導の内容及び方法の改善を図るための組織的な研修及び研究を実施する。」「本大学院は、前項に加え、大学院の運営の高度化を図ることを目的として、教職員が大学院の運営に必要な知識及び技能を身に付け、能力及び資質を向上させるための研修を実施する。」と定めている。

平成20年度に「東洋大学FD推進センター」を設置し、各教員の教育方法の改善を主な

目的として、講演会やワークショップ、授業評価アンケートの実施などに取り組んできた。一方で高等教育を取り巻く状況として、学生の主体的な学びの促進や成績評価の厳格化、社会との連携強化や国際化の進展、ICT による高等教育のオープン化などが急速に進められており、本学としてもこの状況に対応すべく、平成 29 年度から組織を発展的に改組し、高等教育機関として、教育活動の継続的な改革及び改善について、組織的な推進及び支援を目的とした「東洋大学高等教育推進センター」を設置するに至った。「東洋大学高等教育推進センター」では、以下の 6 点を中心に事業を行っている。

- (1) 教育内容及び方法改善のための調査、研究及び支援
- (2) F D（ファカルティ・ディベロップメント）及び S D（スタッフ・ディベロップメント）の研究会、研修会及び講演会等の企画、実施及び支援
- (3) 国内外の高等教育の動向に係る調査、研究及び情報提供
- (4) 新たな教育形態及び教育プログラムの研究及び開発
- (5) 各学部及び研究科での教育活動の改革及び改善の情報交換、調整及び支援
- (6) その他高等教育推進センターの目的達成に必要な事項

また、同センター内に設置されている高等教育推進委員会では、委員会全体での活動の他に、4 つの部会（教育方法改善部会、F D・S D 研修部会、高等教育研究部会、教育開発・改革部会）を設け、部会単位でも活動を行っている。各部会の活動概要は以下のとおりである。

- (1) 教育方法改善部会
 - ・ 授業評価アンケートの開発、分析及び活用
 - ・ アクティブ・ラーニング、主体的学習の促進
 - ・ 学生の学習成果の把握と検証
- (2) F D・S D 研修部会
 - ・ 全学的な研修会の企画、実施
 - ・ 各学部・研究科の研修の支援
 - ・ センター活動の広報、HP、印刷物の制作
- (3) 高等教育研究部会
 - ・ 国内外の高等教育の動向の調査、研究
 - ・ 教育の国際標準化のための情報提供、提言
 - ・ 学会、他大学との連携、情報交換
- (4) 教育開発・改革部会
 - ・ 新たな教育形態（ICT、反転授業）の研究
 - ・ 学部横断教育プログラムの開発
 - ・ 外部資金獲得に向けた取組の検討

これらの「東洋大学高等教育推進センター」「高等教育推進委員会」及び各部会での活動に加えて、従来より、学生 F D チームによる F D 活動や、各学部・研究科での F D 活動が行われている。学生 F D チームによる F D 活動は、学生の大学生活の中心である授業を、教員、職員、学生の三位一体で改善、向上させようとする取り組みであり、教職員合同会

議の実施や学生を対象としたセミナー・ワークショップの開催などを行っている。各学部・研究科でのFD活動では、学部・研究科内にFD委員会を設けたり、また自己点検・評価活動推進委員会と連携したりしながらFD活動を進めており、毎年発行する「東洋大学高等教育推進センター活動報告書」に各学部、各研究科の取組を掲載し、グッドプラクティスの共有化を行っている。

また、研究科としての具体的なFD活動としては、外部の有識者を必要に応じて招き、経営学の研究方法を如何に教授するか、英語による論文作成の方法論などをテーマにしたセミナーなどを開催し、大学院の教育・研究に必要な知識の共有化を図るFD活動を実施するとともに、その成果を毎年報告書としてまとめ、教員間で共有している。

以 上

資料目次

資料 1	学校法人東洋大学教職員定年規則
資料 2	履修モデル
資料 3	修了までのスケジュール
資料 4	東洋大学研究倫理規程
資料 5	東洋大学研究倫理委員会規程
資料 6	東洋大学公的研究費運営及び管理規程
資料 7	東洋大学における人を対象とする医学系研究に関する倫理規程
資料 8	大学院生共同研究室フロア及び室内見取図
資料 9	基礎となる学部との関係

改正	昭和39年9月1日	昭和40年9月1日
	昭和47年4月1日	平成8年4月1日
	平成14年4月1日	平成23年4月1日
	平成26年8月1日	

第1条 学校法人東洋大学の設置する学校の専任の教員及び専任の事務職員の定年は、大学及び附属高等学校等に在職する教員については満65歳とし、事務職員については満60歳とする。

第2条 前条に該当する教職員は、定年に達した日の属する年度末に退職するものとする。

第3条 この規則の改正は、理事会の議を経て理事長が行う。

附 則

1 この規程は、平成8年4月1日から施行する。

2 第1条の規定にかかわらず、平成7年度以前に専任教員として採用された者については、なお従前の例による。

附 則（平成14年規程第18号）

この規程は、平成14年4月1日から施行する。

附 則（平成23年規程第42号）

この規程は、平成23年4月1日から施行する。

附 則（平成26年規則第127号）

この規則は、平成26年8月1日から施行する。

【資料2】履修モデル

A. 博士前期課程経営学：組織・戦略コース／日本語

企業や非営利組織の経営に関する分野を中心に学ぶ履修モデル。あらゆる種類の企業、団体の経営に携わる人材や、経営学の研究者を養成する。

(専攻領域：経営学)

学年	学期	コース・ワーク	単位	リサーチ・ワーク
1年次	春	経営学特論A	2	経営学研究指導A
		経営学演習A	2	
		人的資源論特論A	2	
		企業経済学特論A	2	
		非営利組織経営論特論A	2	
		企業論特論A	2	
	秋	経営学特論B	2	経営学研究指導B
		経営学演習B	2	
		人的資源論特論B	2	
		企業経済学特論A	2	
		非営利組織経営論特論B	2	
2年次	春	経営戦略特論A	2	経営学研究指導A
		国際経営論演習A	2	
	秋	経営戦略特論B	2	経営学研究指導B
		国際経営論演習B	2	
単位合計			30	
修士論文				

B. 博士前期課程経営学：ものづくり経営システムコース／日本語

技術経営やブランド戦略など、ものづくりに関する分野を中心に学ぶ履修モデル。大規模製造業・ハイテク産業の経営に携わる人材や経営学の研究者を養成する。

(専攻領域：技術経営)

学年	学期	コース・ワーク	単位	リサーチ・ワーク
1年次	春	技術経営論特論A	2	技術経営研究指導A
		技術経営論演習A	2	
		経営システム論特論A	2	
		ブランド戦略特論A	2	
		経営学特論A	2	
		情報システム論特論A	2	
	秋	技術経営論特論B	2	技術経営研究指導B
		技術経営論演習B	2	
		経営システム論特論B	2	
		ブランド戦略特論B	2	
		情報管理特論B	2	
2年次	春	経営戦略特論A	2	技術経営研究指導A
		マーケティング・リサーチ特論A	2	
	秋	経営戦略特論B	2	技術経営研究指導B
		マーケティング・リサーチ特論B	2	
単位合計			30	
修士論文				

C. 博士前期課程マーケティング：サービスマーケティング・流通コース／日本語

マーケティング分野全般と分析ツールであるマーケティングサイエンスを学ぶ履修モデル。マーケティング全般に関する専門的人材や研究者を養成する。

(専攻領域：サービス・マーケティング)

学年	学期	コース・ワーク	単位	リサーチ・ワーク
1年次	春	マーケティング特論A	2	サービス・マーケティング研究指導A
		サービス・マーケティング特論A	2	
		サービス・マーケティング演習A	2	
		マーケティング・リサーチ特論A	2	
		流通特論A	2	
	秋	マーケティング特論B	2	サービス・マーケティング研究指導B
		サービス・マーケティング特論B	2	
		サービス・マーケティング演習B	2	
		マーケティング・リサーチ特論B	2	
		流通特論B	2	
2年次	春	マーケティング演習A	2	サービス・マーケティング研究指導A
		マーケティング・リサーチ演習A	2	
		流通演習A	2	
	秋	マーケティング演習B	2	サービス・マーケティング研究指導B
		マーケティング・リサーチ演習B	2	
単位合計			30	
修士論文				

D. 博士前期課程マーケティング：グローバル・マーケティングコース／英語

グローバル・マーケティングや国際経営を学ぶ履修モデル。研究機関で活躍する専門的人材や研究者を養成する。

(専攻領域：グローバル・マーケティング)

学年	学期	コース・ワーク	単位	リサーチ・ワーク
1年次	春	マーケティング戦略特論A	2	グローバル・マーケティング研究指導A
		ブランド戦略特論A	2	
		グローバル・マーケティング特論A	2	
		マーケティング・リサーチ特論A	2	
		国際経営論演習A	2	
	秋	マーケティング戦略特論B	2	グローバル・マーケティング研究指導B
		ブランド戦略特論B	2	
		グローバル・マーケティング特論B	2	
		マーケティング・リサーチ特論B	2	
		国際経営論演習B	2	
2年次	春	マーケティング・リサーチ演習A	2	グローバル・マーケティング研究指導A
		グローバル戦略特論A	2	
		グローバル・ファイナンス特論A	2	
	秋	マーケティング・リサーチ演習B	2	グローバル・マーケティング研究指導B
		グローバル戦略特論B	2	
単位合計			30	
修士論文				

E. 博士後期課程経営学：組織・戦略コース

企業や非営利組織の経営を中心に研究する履修モデル。研究機関、大学等で活躍する専門的研究者を養成する。

(専攻領域：経営学)

学年	学期	コース・ワーク	単位	リサーチ・ワーク
1年次	春	経営学特殊研究A	2	経営学研究指導A
		国際経営論特殊研究A	2	
	秋	経営学特殊研究B	2	経営学研究指導B
		国際経営論特殊研究B	2	
2年次	春	グローバル戦略特殊研究A ⇒非営利組織論特殊研究A	2	経営学研究指導A
	秋	グローバル戦略特殊研究B ⇒非営利組織論特殊研究B	2	経営学研究指導B
3年次	春	経営組織特殊研究A	2	経営学研究指導A
	秋	経営組織特殊研究B	2	経営学研究指導B
単位合計			16	
博士論文				

F. 博士後期課程経営学：ものづくり経営システムコース／日本語

技術経営やブランド戦略などを中心に研究する履修モデル。研究機関、大学等で活躍する専門的研究者を養成する。

(専攻領域：技術経営)

学年	学期	コース・ワーク	単位	リサーチ・ワーク
1年次	春	技術経営論特殊研究A	2	技術経営論研究指導A
		ブランド戦略論特殊研究A	2	
	秋	技術経営論特殊研究B	2	技術経営論研究指導B
		ブランド戦略論特殊研究B	2	
2年次	春	経営学特殊研究A	2	技術経営論研究指導A
	秋	経営学特殊研究B	2	技術経営論研究指導B
3年次	春	マーケティング・リサーチ特殊研究A	2	技術経営論研究指導A
	秋	マーケティング・リサーチ特殊研究B	2	技術経営論研究指導B
単位合計			16	
博士論文				

G. 博士後期課程マーケティング：サービスマーケティング・流通コース／日本語

マーケティング分野全般と分析ツールであるマーケティングサイエンスを研究する履修モデル。研究機関、大学等で活躍する専門的研究者を養成する。

(専攻領域：サービス・マーケティング)

学年	学期	コース・ワーク	単位	リサーチ・ワーク
1年次	春	サービス・マーケティング特殊研究A	2	サービス・マーケティング研究指導A
		マーケティング・リサーチ特殊研究A	2	
	秋	サービス・マーケティング特殊研究B	2	サービス・マーケティング研究指導B
		マーケティング・リサーチ特殊研究B	2	
2年次	春	流通特殊研究A	2	サービス・マーケティング研究指導A
	秋	流通特殊研究B	2	サービス・マーケティング研究指導B
3年次	春	マーケティング特殊研究A	2	サービス・マーケティング研究指導A
	秋	マーケティング特殊研究B	2	サービス・マーケティング研究指導B
単位合計			16	
博士論文				

H. 博士後期課程マーケティング：グローバルマーケティングコース／英語

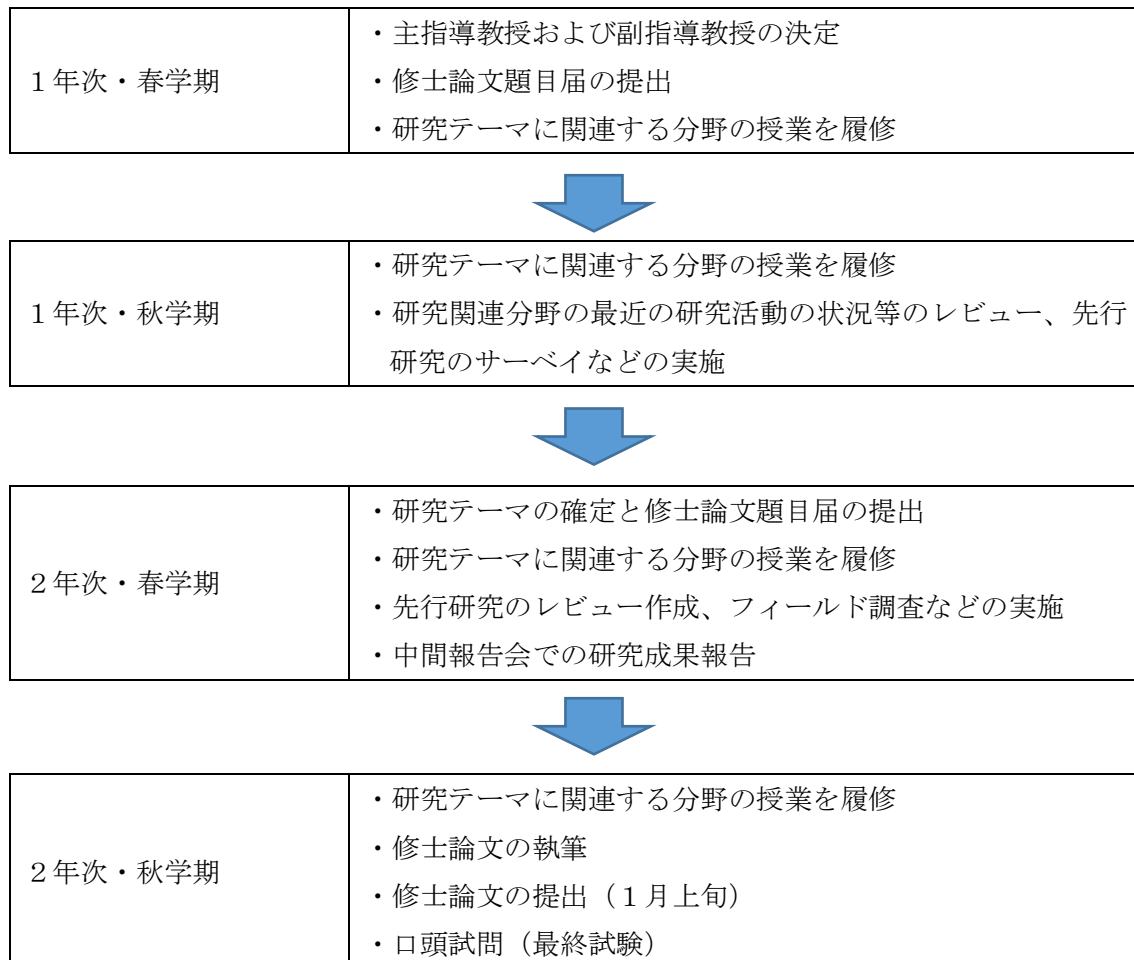
グローバル・マーケティングや国際経営を研究する履修モデル。研究機関、大学等で活躍する専門的研究者を養成する。

(専攻領域：グローバル・マーケティング)

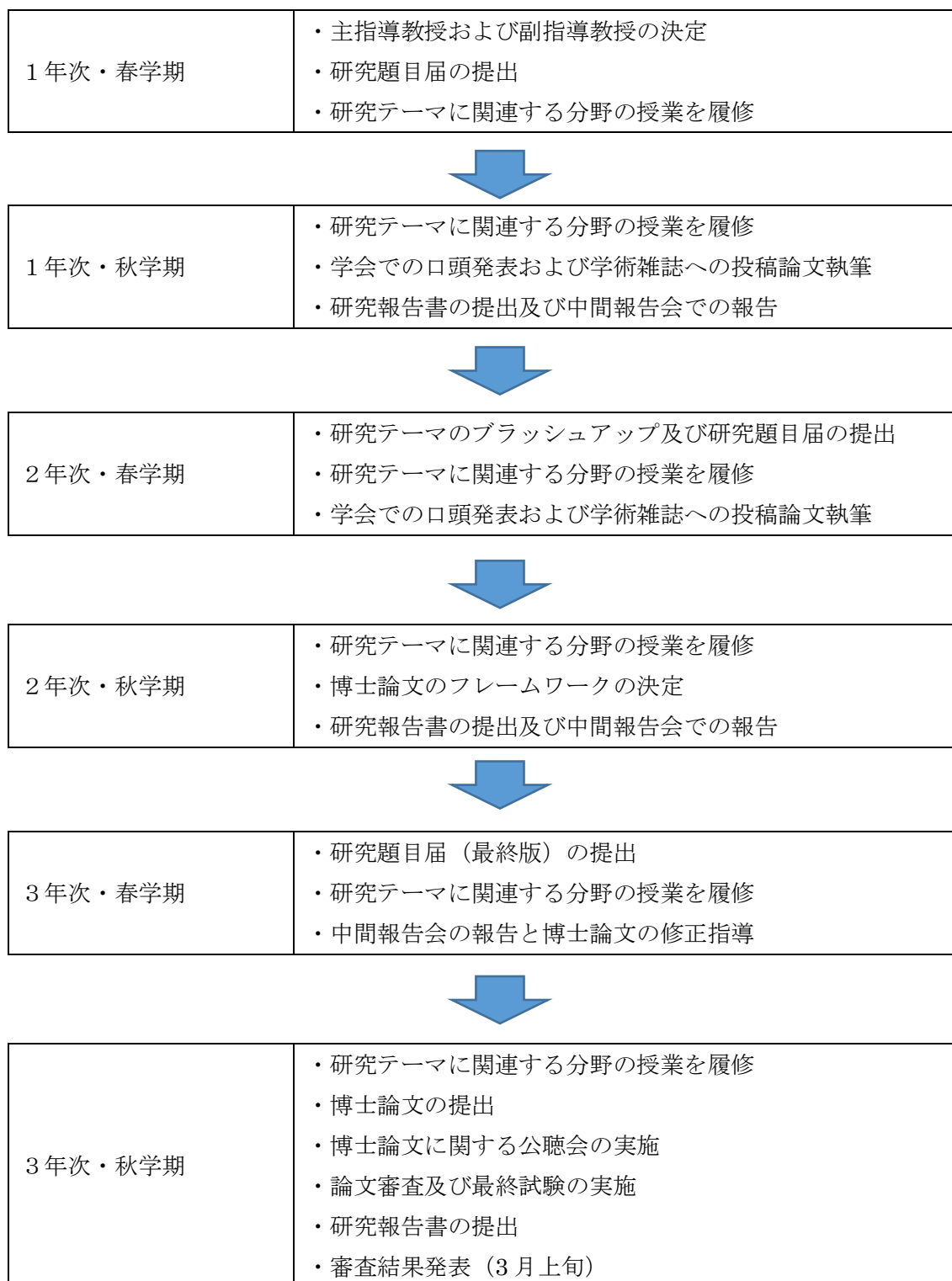
学年	学期	コース・ワーク	単位	リサーチ・ワーク
1年次	春	グローバル・マーケティング特殊研究A	2	グローバル・マーケティング研究指導A
		ブランド戦略論特殊研究A	2	
	秋	グローバル・マーケティング特殊研究B	2	グローバル・マーケティング研究指導B
		ブランド戦略論特殊研究B	2	
2年次	春	マーケティング特殊研究A	2	グローバル・マーケティング研究指導A
	秋	マーケティング特殊研究B	2	グローバル・マーケティング研究指導B
3年次	春	グローバル戦略特殊研究A ⇒国際経営論特殊研究A	2	グローバル・マーケティング研究指導A
	秋	グローバル戦略特殊研究B ⇒国際経営論特殊研究B	2	グローバル・マーケティング研究指導B
単位合計			16	
博士論文				

【資料 3】 修了までのスケジュール

博士前期課程



博士後期課程



第1章 総則

(目的)

第1条 この規程は、「学校法人東洋大学行動規範」に基づき、東洋大学（以下「本学」という。）の学術研究の信頼性と公正性を確保することを目的とし、本学及び研究に従事するすべての研究者が遵守すべき事項を定める。

(用語の定義)

第2条 この規程において「研究」とは、科学及び文化の諸領域における専門的、学際的及び総合的に行う個人研究、学内外の諸機関等との共同研究及びプロジェクトによる研究等を言う。

2 この規程において「研究者」とは、本学の専任教職員のみならず、本学の研究活動に従事する者を指し、学生であっても研究に関わるときは「研究者」に準ずる。

3 この規程において「研究費」とは、第1項の研究に従事する研究者等に本学が交付する研究費及び研究者が学外から獲得した研究費を言う。

(最高管理責任者)

第3条 学長は、本学におけるすべての研究の最高管理責任者として、研究倫理の保持並びに研究費の運営及び管理が適正に行われるよう体制の整備を行う。

(統括管理責任者)

第4条 最高管理責任者の責務を補佐するため、統括管理責任者を置く。

2 統括管理責任者は、学長の指名する副学長とする。

3 統括管理責任者は、最高管理責任者の命を受けて、研究並びに研究費の運営及び管理が適正に行われるよう全体を指導及び監督する責務を有する。

(研究倫理教育責任者)

第5条 各部局（大学院（専門職大学院を含む。）研究科、学部、研究所及び研究センター）の長は、研究倫理教育責任者として、部局における実質的な権限を有しその責任を負う。

2 研究倫理教育責任者は、不正行為を事前に防止し、公正な研究活動を推進するために、広く研究活動にかかわる者を対象に、求められる倫理規範を修得等させるための研究倫理教育（以下、「研究倫理教育」という。）を確実、かつ定期的に実施する責務を負う。

3 研究倫理教育責任者は、学科、専攻、研究所及び研究センターの組織レベルで複数の研究倫理教育副責任者を任命することができる。

第2章 研究者の責務

(研究者の基本的責任)

第6条 研究者は、国際的に認められた規範、規約、条約等、国内の関連する法令、告示等（以下、「法令等」という。）及び学校法人東洋大学及び本学が定める関係規程等（以下、「本学関係規程」という。）を遵守しなければならない。

(研究者の姿勢)

第7条 研究者は、生命の尊厳及び個人の尊厳を重んじ、基本的人権を尊重しなければならない。

2 研究者は、学術研究が社会からの信頼と負託の上に成り立っていることを自覚し、各自の自覚に基づいた高い倫理的規範のもとに良心と信念に従って、誠実に行動しなければならない。

3 研究者は、科学研究によって生み出される知の正確性及び正当性を、科学的かつ客観的に示す最善の努力をすると共に、研究者コミュニティ、特に自らの専門領域における研究者相互の評価に積極的に関与しなければならない。

4 研究者は、他の国、地域、組織等の研究活動における、文化、習慣及び規律の理解に努めなければならない。

5 研究者は、生命倫理及び調査研究活動に関わる学問上の倫理、ハラスメントの禁止など社会的規範、その他法令等及び本学関係規程を遵守しなければならない。

6 研究者は、異なる分野の専門分野を尊重するとともに、相互に独立した対等の研究者として互

いに学問的立場を尊重しなければならない。

(研究活動における不正行為の防止)

第8条 研究者は、あらゆる研究活動において、捏造、改ざん、盗用などの不正行為を行わないこと及び加担しないことと共に、研究及び調査データの適切な取り扱いを徹底し、不正行為等の発生を未然に防止するよう研究環境の整備に努めなければならない。

(研究費の取り扱い)

第9条 研究者は、研究費の適正な使用に努めなければならない。

2 研究者は、交付された研究費を当該研究に必要な経費のみに使用しなければならない。

3 研究者は、研究費の使用に当たっては、法令等、本学関係規程、当該研究費の使用ルールを遵守しなければならない。

(研究組織の適切な管理)

第10条 研究者は、共同の研究者がいる場合には、当該研究者が対等なパートナーであることを理解し、お互いの学問的立場を尊重し、共同研究者、研究分担者、研究協力者等に対しては、誠意をもって接する。また学生が共に研究活動に関わるときは、学生が不当に不利益を被らないよう十分に配慮しなければならない。

2 研究者は、共同研究を行う場合は、個々の研究者等の役割分担及び責任を明確にしなければならない。また、複数の研究者による研究活動の全容を把握及び管理する立場にある代表研究者が研究活動及び研究成果の確認を行わなければならない。

3 研究者は、若手研究者等が自律した研究活動を遂行できるよう適切な支援、助言等の環境整備に努めるものとする。

4 研究者は、責任ある研究の実施と不正行為の防止を可能にする公正な環境の確立及び維持も自らの重要な責務であることを自覚し、研究者コミュニティ及び自らの所属組織の研究環境の質的向上に積極的に取り組むと共に、これを達成するために社会の理解と協力が得られるよう努めなければならない。

(資料、情報、データ等の利用及び管理)

第11条 研究者は、科学的かつ一般的に妥当な方法及び手段により、研究のための資料、情報、データ等を収集しなければならない。

2 研究者が、研究のために資料、情報、データ等を収集する場合は、その目的に適う必要な範囲において収集しなければならない。

3 研究者は、当該研究のために収集及び採取又は作成した情報、データ等の関連する研究記録は、法令等又は本学関連規程に基づき適切に保管管理し、事後の検証が行えるよう管理しなければならない。

4 前項の記録は、要求があった場合には開示しなければならない。

5 第3項の保管及び管理する期間は、別に定める。

(インフォームド・コンセント)

第12条 研究者が、人の行動、環境、心身等に関する個人情報、データ等の提供を受けて研究を行う場合は、提供者に対してその目的、収集方法等について分かりやすく説明し、提供者の明確な同意を得なければならない。

2 組織、団体等から、当該組織、団体等に関する資料、情報、データ等の提供を受ける場合も前項に準ずる。

(研究対象などの保護)

第13条 研究者は、研究への協力者の人格、人権を尊重し、福利に配慮する。

2 動物等に対しては、法令等及び本学関連規程に基づき、真摯な態度でこれを扱う。

(研究成果等の適切な説明及び公表)

第14条 研究者は、研究成果の公表に際して、データ及び論拠の学問的信頼性の確保に十分に留意するとともに、公正かつ適切な引用を行わなければならない。

2 公表に際して、オーサーシップ及び既発表の関連データの利用、著作権等について、各研究組織、研究分野、学会、学術誌等に固有の慣行やルールを十分尊重しなければならない。

3 研究者は自ら携わる研究の意義と役割を公開して積極的に説明し、それらが人間、社会及び環境に及ぼし得る影響や起こり得る変化を推定評価し、その結果を中立性及び客観性をもって公表

すると共に、社会との建設的な対話を築くように努める。

（個人情報の保護）

第15条 研究者は、研究の過程で収集した他人の個人情報の保護に努め、法令等、本学関連規程に基づき適正な取り扱いを行わなければならない。

（機器、薬品及び材料の安全管理）

第16条 研究実験において研究装置、機器等及び薬品、材料等を用いるときは、法令等、本学関係規程を遵守し、最終処理まで含め責任を持って安全管理に努めなければならない。

（審査の公正性）

第17条 研究者は、他人の研究論文等の査読、その他研究業績の審査にあたる場合は、被評価者に対して予断を持つことなく、当該審査基準等及び自己の知見に基づき公正に審査を行わなければならない。

（利益相反への適切な対応）

第18条 研究者は、自らの研究行動に当たり、利益相反が発生しないよう、法令等、本学関係規程を遵守し、本学及び本学の教職員及び学生の社会的信用及び名誉を保持しなければならない。

第3章 本学の責務

（啓発活動）

第19条 本学は、本規程を学内に周知徹底し、研究倫理に係る意識を高め、研究活動、研究費の適切な管理等について必要な措置を講じる。

2 本学は、研究倫理教育責任者と協力し、学生の研究者倫理に関する規範意識を徹底していくため、学生に対する研究倫理教育の実施に務める。

（相談窓口）

第20条 本学は、研究に関して不当又は不公正な扱いを受けた者からの苦情、相談等に対応する。

（不正行為）

第21条 本学は、研究活動に関わる不正行為を防止するため必要な措置を講じる。

2 本学は、研究活動において不適切な行為が認められた場合は、速やかに原因の究明と適切な措置を講じ、学内外への説明責任を果たす。

（東洋大学研究倫理委員会）

第22条 本学は、本規程の目的を達成し、かつ適切な運用を図るため、東洋大学研究倫理委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

2 委員会に関する事項は、別に定める。

第4章 その他

（所管）

第23条 本規程に関する事務は、研究推進部研究推進課が取り扱う。

（改正）

第24条 この規程の改正は、学長が委員会の意見を聴いて行う。

附 則

この規程は、平成27年4月1日から施行する。

改正 平成21年4月1日

平成26年4月1日

平成26年8月1日

平成27年4月1日

(目的)

第1条 この規程は、東洋大学（以下「本学」という。）における研究者の研究活動において、東洋大学研究倫理規程（以下「研究倫理規程」という。）に定める事項の遵守を促し、研究活動における倫理規範の確立に努めるとともに、不正行為に対する措置等について定め、不正行為を防止することを目的とする。

(用語の定義)

第2条 本規程において用いられる用語の定義については、次の各号に定める。

(1) 研究者 本学の専任教員及び本学の施設設備を利用して研究を行っている者をいう。

(2) 対象研究者 前号の研究者のうち第5条の規定により不正を告発又は情報提供に関する通報又は相談（以下「通報等」という。）された者及び第8条第2項の規定により予備調査の対象になった者をいう。

(3) 不正行為 研究活動において、次に掲げる行為をいう。

ア 論文作成（含む著作権等）及び結果報告におけるデータ、情報、調査等の捏造、改ざん及び盗用（以下「特定不正行為」という。）

イ 学内外から得た研究費の不正使用、不正受給及びこれに関する証拠隠滅又は調査妨害

ウ 研究成果の二重投稿、不適切なオーサーシップ等及びこれに関する証拠隠滅及び調査妨害

(研究倫理委員会の設置)

第3条 第1条の規定に基づき、不正行為に対処するために東洋大学研究倫理委員会（以下「本委員会」という。）を設置する。

2 本委員会は次の者をもって構成する。

(1) 学長の指名する副学長 1名

(2) 研究推進部長

(3) 学部長から2名

(4) 大学院研究科長から1名

(5) 学長が指名する法律の知識を有する専任教員 1名

(6) 学長が指名する外部有識者 若干名

3 前項に定めるもののほか、本委員会が必要と認める場合には、理事長が指名する常務理事1名を構成員に加えることができる。

4 第2項第3号の委員は、学部長の互選とする。

5 第2項第4号の委員は、大学院研究科長の互選とする。

6 第2項第5号及び第6号の委員の任期は2年とする。ただし、再任を妨げない。

7 委員に欠員が生じた場合の後任者の任期は、前任者の残任期間とする。

(本委員会の運営)

第4条 本委員会は、委員長が招集する。

2 委員長は、前条第2項第1号の委員をもって充てる。

3 本委員会に副委員長を置くことができる。副委員長は、委員長の指名による。

4 本委員会は、委員の3分の2以上の出席がなければ議事を開き、議決をすることができない。

5 議決に当たっては、出席委員の過半数の同意を必要とする。ただし、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(不正行為に関する通報等)

第5条 研究者の不正行為に関する通報等を行うことができる者（以下「通報者等」という。）の範囲及びその取扱いについては、学校法人東洋大学公益通報に関する規則（以下「公益通報規則」という。）第2条及び第3条に準ずる。

2 通報者等は、不正行為を発見したとき又は不正行為の存在を思料するにいたったときは、原則として顕名による通報・相談受付シート（別紙様式第1）をもって、第22条に規定する窓口に通報等を行うことができる。

3 匿名による通報等又は相談があった場合は、信ずるに足りる相当の理由、証拠等のある場合を除き、調査対象として受理しない。

4 通報等があった場合で、本学が調査を行うべき機関に該当しないときは、第13条に基づき、調査機関に該当する研究・配分機関に当該通報等を回付する。回付された研究・配分機関は当該研究・配分機関に通報等があったものとして当該通報等を取り扱う。

5 前項に加え、ほかにも調査を行う研究・配分機関が想定される場合は、通報等を受けた研究・配分機関は該当する研究・配分機関に当該通報等について通知する。

6 書面による通報等など、受付窓口が受け付けたか否かを通報者等が知り得ない方法による通報等がなされた場合は、通報者等（匿名除く）に通報等を受け付けたことを通知する。

7 告発の意思を明示しない相談については、その内容に応じ、告発に準じてその内容を確認及び精査し、相当の理由があると認めた場合は、相談者に対して告発の意思があるか否か確認するものとする。

8 不正行為が行われようとしている、又は不正行為を求められているという通報等については、その内容を確認及び精査し、相当の理由があると認められたときは、対象研究者に警告を行うものとする。ただし、対象研究者が本学に所属していない場合は、対象研究者の所属する研究機関に事案を回付することができる。本学に所属しない対象研究者に対して本学が警告を行った場合は、対象研究者の所属する研究機関に警告の内容等について通知する。

9 報道や会計検査院等の外部機関により不正行為の疑いが指摘された場合は、不正行為に関する通報等に準じた取扱いをすることができる。

10 不正行為の疑いがインターネット上に掲載されており、不正行為を行ったとする研究者及びグループ、不正行為の態様等、事案の内容が明示され、かつ不正とする科学的な合理性のある理由が示されている場合に限り、不正行為に関する通報等に準じた取扱いをすることができる。

（専門委員）

第6条 本委員会は、予備調査及び本調査において活動の適正化を確保するために、その専門分野に応じて専門委員を置くことができる。

2 専門委員は、本委員会の意見を聞いて委員長が委嘱する。

3 専門委員は、委員長の求めに応じて、本委員会に出席し意見を述べることができる。

4 その他、専門委員について必要な事項は、その都度本委員会において別に定める。

（守秘義務）

第7条 本委員会の委員、専門委員並びに通報者等を含む関係者は、本規程に基づく不正行為の通報等及び調査により知り得た秘密は、これを他に漏らしてはならない。

2 調査事案が漏えいした場合、通報者等及び対象研究者の了解を得て、調査中にかかわらず調査事案について公に説明することができる。ただし、通報者等又は対象研究者の責により漏えいした場合は、本人の了解は不要とする。

（調査委員会）

第8条 調査委員会は、次の構成員により実施する。

（1） 委員長が指名する本委員会の委員 2名以上

（2） 委員長が指名する専門委員 2名以上

（3） 前各号に定めるもののほか、本委員会が必要と認めた者 若干名

2 前項の構成員は、半数以上を外部有識者で構成することとし、通報者等及び対象研究者と直接の利害関係を有しない者でなければならない。

3 第1項第1号及び第2号の構成員の中から、委員長の指名する者を責任者に充てる。

4 調査委員会は本委員会より命じられた予備調査及び本調査等を行うものとする。

（予備調査）

- 第9条 第5条に基づき、通報等があった場合、学長は、7日以内に内容の合理性を確認し、予備調査の要否を判断しなければならない。
- 2 学長が必要と認めた場合には、学長は委員長に速やかに予備調査を実施するよう命じる。
 - 3 委員長は、学長から命じられた日から14日以内に本委員会を招集し、速やかに予備調査を実施する。
 - 4 予備調査の実施判断がなされた場合は、実施判断がなされた日から20日以内に通報者等（匿名除く）に対して予備調査実施について通知する。
 - 5 報道、会計検査院等の外部機関の指摘により、不正の疑いが生じた場合も通報等と同様の取扱いとし、学長が必要と認めた場合は、委員長に予備調査の実施を命じることができる。
 - 6 公的研究費に係る予備調査の実施が決定した場合は、通報等があった日から30日以内に予備調査を実施することを当該事案に係る配分機関等及び文部科学省に報告し、協議しなければならない。
 - 7 予備調査は、通報等の内容の合理性、調査可能性等について調査を行う。
 - 8 予備調査においては、次の各号に掲げる事項を行うことができる。
 - (1) 関係資料等の調査
 - (2) その他、予備調査に必要な事項
 - 9 通報等がなされる前に取り下げられた論文等に対する通報等に係る予備調査を行う場合は、取下げに至った経緯及び事情を含め、不正行為の問題として調査すべきものか否か調査し、判断する。
 - 10 本委員会は、本調査実施の要否について、通報等のあった日から30日以内に判断しなければならない。
 - 11 予備調査の結果については、文書にまとめて、責任者から委員長に報告する。
 - 12 予備調査の結果、本調査にいたらなかった場合、委員長はその結果及び理由を学長に報告する。また、通報者等にも同様に報告することとし、予備調査に係る資料等を保存し、当該事案に係る配分機関等及び通報者等の求めに応じて開示する。
 - 13 予備調査に必要な事項は、別に定める。
(本調査)
- 第10条 委員長は、前条の予備調査において不正行為が存在する若しくは存在の疑いがあると思料する場合には、調査結果を文書にまとめ速やかに学長へ報告する。
- 2 学長は、報告を受け不正行為が存在する疑いがあると判断した場合には、速やかに委員長に本調査を実施するよう命じるとともに、理事長に本調査実施までの経過を報告する。
 - 3 本委員会は、本調査の実施が決定した場合、通報者等及び対象研究者に対し、速やかに本調査の実施を通知し、調査への協力を求める。通報者等及び対象研究者が本学以外の機関に所属している場合は、その所属機関に対しても本調査の実施を通知する。
 - 4 本調査の実施が決定した場合は、決定した日から30日以内に本調査を開始する。
 - 5 不正行為が特定不正行為及び公的研究費に係る不正であった場合は、速やかに、調査方針、調査方法等について当該事案に係る配分機関等及び文部科学省に報告し、協議しなければならない。
 - 6 本調査においては、調査委員会は、次の各号に掲げる事項を行うことができる。
 - (1) 対象研究者及びその関係者からの事情聴取
 - (2) 関係資料等の調査
 - (3) 取引先業者からの事情聴取及び関係資料等の調査
 - (4) 対象研究者に対し、調査対象制度の研究費の使用停止
 - (5) その他、調査に必要な事項
 - 7 調査委員会の本調査に当たって、通報者等及び対象研究者並びにその関係者は誠実に協力しなければならない。
 - 8 調査委員会から関係資料等の提出を求められた場合は、対象研究者及びその関係者は、これに応じなければならない。
 - 9 関係資料等の隠滅、廃棄等が行われる恐れがあると調査委員会が判断した場合は、関係する研究室等の一時閉鎖並びに実験、解析等に係る設備、装置、機器及び資料の保全を行うことができる。これらの措置に影響しない範囲内であれば、研究対象者の研究活動を制限しない。

- 10 一時閉鎖又は保全を行う場合は、事前に理事長、学長、対象研究者及びその関係者が所属する学部及び大学院の学部長、学科長及び所属長（以下「所属長」という。）の承諾を得るとともに、所属長が指名する教授2名の立ち会いを必要とする。
 - 11 対象研究者は、事情聴取に際して、意見の陳述又は弁明を行うことができる。対象研究者が意見の陳述又は弁明するにあたって、研究が科学的に適正な方法と手続きに則って行われたこと及び論文等もそれに基づき執筆されたものであることを、科学的根拠を示して説明しなければならない。また、研究費の使用においては、会計処理基準等に則り適切に処理したことを、法的根拠（取扱い要領等を含む。）に基づき説明しなければならない。
 - 12 前号の意見の陳述及び弁明については、対象研究者本人が行うものとするが、付添人（弁護士に限るものとし、発言は認められない。）の同席を認めることができる。
 - 13 調査委員会が必要と認める場合又は対象研究者自らの意思によりそれを申し出て調査委員会がその必要性を認める場合は、それに要する期間及び機会（機器、経費等を含む。）に関し、調査委員会により合理的に必要と判断される範囲内において、再現実験の機会を確保する。その際は、調査委員会の指導及び監督の下に行う。
 - 14 本調査の対象には、通報等があった事案に係る研究活動のほか、調査委員会の判断により調査に関連した研究対象者のほかの研究活動も含めることができる。
 - 15 通報等があった事案の調査に当たっては、通報者等が了承したときを除き、調査関係者以外の者や対象研究者に通報者等が特定されないよう周到に配慮する。
 - 16 不正行為が特定不正行為に当たる場合は、通報等があった事案に係る研究活動の予算の配分又は措置をした配分機関等の求めに応じ、調査の終了前であっても、調査の中間報告を当該配分機関等に提出する。
 - 17 本調査に当たっては、調査対象における公表前のデータ、論文等の研究又は技術上秘密とすべき事項が、調査の遂行上必要な範囲外に漏えいすることのないよう十分配慮する。
（異議申立て）
- 第11条 本調査に当たっては、調査委員の氏名や所属を通報者等及び対象研究者に示さなければならない。これに対し、通報者等及び対象研究者は、示された日から7日以内に異議申立てをすることができる。異議申立てがあった場合、本委員会は内容を審査し、その内容が妥当であると判断したときは、当該異議申立てに係る調査委員を交代させるとともに、その旨を通報者等及び対象研究者に通知する。
（調査手続、方法等の公表）
- 第12条 不正行為の疑惑が生じた際の調査手続、方法等について、本学のウェブページに掲載し、学内外に公表する。
（不正行為の通報等に係る事案の調査及び調査を行う機関）
- 第13条 本学に所属する研究者に係る特定不正行為の通報等があった場合、原則として、本学が通報等のあった事案の調査を行う。
- 2 どの研究機関にも所属していないが専ら本学の施設及び設備を使用して研究する研究者についても前項に準ずる。
 - 3 対象研究者が複数の研究機関に所属する場合、原則として対象研究者が通報のあった事案に係る研究活動を主に行っていた研究機関を中心に、所属する複数の研究機関が合同で調査を行う。ただし、中心となる研究機関や調査に参加する研究機関については、関係研究機関間において、事案の内容等を考慮して別の定めをすることができる。
 - 4 対象研究者が現に所属する研究機関と異なる研究機関で行った研究活動に係る通報等があった場合、現に所属する研究機関と当該研究活動が行われた研究機関とが合同で通報等があった事案の調査を行う。
 - 5 対象研究者が、通報等があった事案に係る研究活動を行っていた際に所属していた研究機関を既に離職している場合、現に所属する研究機関が、離職した研究機関と合同で、通報等があった事案の調査を行う。対象研究者が離職後、どの研究機関にも所属していないときは、通報等があった事案に係る研究活動を行っていた際に所属していた研究機関が、通報等があった事案の調査を行う。
 - 6 前各項までによって、通報等があった事案の調査を行うこととなった場合は、対象研究者が本

学に所属しているかどうかにかかわらず、誠実に調査を行う。

- 7 対象研究者が、調査開始のとき及び通報等があった事案に係る研究活動を行っていたときの双方の時点でいかなる研究機関にも所属していなかった場合や、調査を行うべき調査機関による調査の実施が極めて困難であると、通報等があった事案に係る配分機関が特に認めた場合は、当該配分機関が調査を行う。この場合、本来調査を行うべき研究機関は当該配分機関から協力を求められたときは、誠実に協力する。
- 8 他の機関、学協会等の科学コミュニティに調査を委託すること又は調査を実施する上での協力を求めることができる。このとき、第7条、第9条、第10条、第13条から第16条及び第20条は委託された機関、調査に協力する機関等の調査等に準用される。

(調査結果の認定)

- 第14条 調査委員会は、不正行為が行われたか否か、不正行為と認定された場合はその内容、不正行為に関与した者とその関与の度合い、不正行為と認定された研究活動に係る論文等の各著書の当該論文等及び当該研究活動における役割を認定する。
- 2 調査委員会は、不正行為が行われなかったと認定される場合であっても、調査を通じて通報等があった事案が悪意に基づくものであることが判明したときは、併せてその旨の認定を行う。この認定を行うに当たっては、通報者等に弁明の機会を与えなければならない。
 - 3 前2項について認定を終了したときは、調査委員会は直ちに本委員会に報告し、その報告を受け、委員長は学長に報告する。
 - 4 不正行為が行われたとの認定があった場合、不正行為への関与が認定された者及び関与したとまでは認定されないが、不正行為が認定された論文等の内容について責任を負う者として認定された著者の所属する機関は、内部規程に基づき適切な処置をとるとともに、不正行為と認定された論文等の取下げを勧告する。
 - 5 調査委員会は、第10条第11項により対象研究者が行う説明を受けるとともに、調査によって得られた、物的・科学的証拠、証言、対象研究者の自認等の諸証拠を総合的に判断して、不正行為か否かの認定を行う。
 - 6 調査委員会は、対象研究者の研究体制、データチェックのなされ方など様々な点から客観的不正行為事実、故意性等から証拠の証明力を判断することとする。なお、対象研究者の自認を唯一の根拠として不正行為と認定することはできない。
 - 7 不正行為に関する証拠が提出された場合には、対象研究者の説明及びその他の証拠によって、不正行為であるとの疑いが覆されないときは、不正行為と認定される。
 - 8 生データ、実験・観察ノート、実験試料・試薬等の不存在など、対象研究者が本来存在するべき基本的な要素（以下「基本的な要素」という。）の不足により、不正行為であるとの疑いを覆すに足る証拠を示せない場合、前項と同様の扱いとする。ただし、対象研究者が善良な管理者の注意義務を履行していたにもかかわらず、その責によらない理由により、基本的な要素を十分に示すことができなくなった場合等正当な理由があると認められる場合はこの限りではない。
 - 9 基本的な要素の不存在などが、各研究分野の特性に応じた合理的な保存期間及び対象研究者が所属する、又は通報等に係る研究活動を行っていたときに所属していた研究機関が定める保存期間を超えることによるものである場合、前項と同様の扱いとする。
 - 10 第10条第11項による説明責任の程度及び前項に定める基本的要素については、研究分野の特性に応じ、本委員会が判断する。

(調査結果の通知及び報告書の作成)

- 第15条 本委員会は、調査委員会の報告を受け、本調査実施日から150日以内に報告書を作成する。ただし、不正行為の有無の確認のため、再実験、解析等において日数を必要とする場合は、その限りではない。
- 2 本委員会は、調査結果を速やかに通報者等及び対象研究者並びに対象研究者以外で不正行為に関与したと認定された者に通知する。対象研究者又は対象研究者以外で不正行為に関与したと認定された者が本学以外の機関に所属している場合は、その所属機関にも当該調査結果を通知する。
 - 3 本委員会は、不正行為が特定不正行為に当たる場合は、当該事案に係る配分機関等及び文部科学省に当該調査結果を報告する。
 - 4 第1項及び前項における調査結果の報告に記載する事項は、別に定める。

- 5 通報等が悪意に基づくものと認定された場合、本委員会は通報者等の所属機関に通知する。
 - 6 不正行為の存在を確認した場合、東洋大学研究倫理規程第3条から第5条及び東洋大学公的研究費及び管理規程第3条から第6条において定める各責任者（以下「責任者等」という。）の管理監督の責任が十分に果たされていたかを調査する。
 - 7 前項の責任者等の管理監督責任が十分に果たされず、結果的に不正を招いたと判断された場合は、その旨を報告書に記載する。
 - 8 委員長は、報告書を作成し学長に報告する。
 - 9 学長は、前項の報告書を受け理事長に報告する。
 - 10 理事長は、前項の報告により不正行為の存在が確認された場合及び通報者等が悪意に基づく通報等を行ったと認定された場合は、速やかに東洋大学懲戒委員会を設置する。
 - 11 理事長は、第9項の報告により取引先業者の不正行為の存在が確認された場合は、速やかに学校法人東洋大学調達規程に基づき、取引先業者を処分する。
 - 12 本委員会は、本調査の結果、不正行為が存在しなかったことが確認された場合は、対象研究者の教育研究活動の正常化及び名誉回復のために、十分な措置をとらなければならない。
（不服申し立て及び再調査）
- 第16条 不正行為と認定された対象研究者及び責任を果たしていないとされた責任者等は、調査結果の報告を受けた日から7日以内に、本委員会に不服申し立てをすることができる。ただし、その期間内であっても、同一理由による不服申し立てを繰り返すことはできない。
- 2 通報等が悪意に基づくものと認定された通報者等は、その認定について、前項と同様に不服申し立てをすることができる。
 - 3 不服申し立ての審査は調査委員会が行う。不服申し立ての趣旨が新たに専門性を要する判断が必要となる場合には、本委員会は調査委員を交代させ、若しくは追加し、又は調査委員会に代えて他の者に審査をさせることができる。ただし、本委員会が当該不服申し立てについて、調査委員会の構成の変更等を必要とする相当の理由がないと認めるときは、この限りではない。
 - 4 不正行為があったと認定された場合に係る研究対象者による不服申し立てについて、調査委員会は、不服申し立ての趣旨、理由等を勘案し、その事案の再調査を実施するか否かを速やかに決定する。当該事案の再調査を行うまでもなく、不服申し立てを却下すべきものと判断した場合には、直ちに本委員会に報告する。
 - 5 本委員会は、学長に当該決定を報告し、対象研究者に通知する。このとき、当該不服申し立てが当該事案の引き伸ばしや認定に伴う各措置の先送りを主な目的とすると調査委員会が判断するときは、本委員会は以後の不服申し立てを受け付けないことができる。
 - 6 第1項の不服申し立てについて、再調査の実施が決定した場合には、本委員会は調査委員会に再調査を命じることとし、調査委員会は対象研究者に対し、先の調査結果を覆すに足る資料の提出等、当該事案の速やかな解決に向けて、再調査への協力を求めることができる。その協力が得られない場合には、再調査を行わず、審査を打ち切ることができる。その場合には直ちに本委員会に報告する。
 - 7 前項について、本委員会は、学長に当該決定を報告し、対象研究者に通知する。
 - 8 本委員会は、対象研究者から不正行為の認定に係る不服申し立てがあったときは、通報者等に通知する。不服申し立ての却下及び再調査開始の決定をしたときも同様とする。
 - 9 調査委員会が再調査を開始した場合は、不服申し立てを受けた日から50日以内に先の調査結果を覆すか否かを決定し、その結果を直ちに本委員会に報告し、本委員会は当該結果を通報者等及び対象研究者並びに通報者等が所属する機関に通知する。
 - 10 第2項による不服申し立てがあった場合、本委員会は、通報者等が所属する機関及び研究対象者に通知する。
 - 11 前項の不服申し立てについては、調査委員会は不服申し立てを受けた日から30日以内に再調査を行い、その結果を直ちに本委員会に報告する。また、本委員会は、当該結果を直ちに通報者等及び対象研究者並びに通報者等が所属する機関に通知する。
 - 12 本委員会は、第8項から第11項において不正行為が特定不正行為に当たる場合は、当該事案に係る配分機関等及び文部科学省に報告する。
（通報者等及び調査協力者並びに対象研究者の保護）

第17条 通報者等及び調査協力者に対しては、通報等を理由として不利益を受けないように、十分に配慮を行う。

2 対象研究者に対しては、相当な理由なしに、単に通報等がなされたことのみをもって不利益な取扱いをしてはならない。

(通報者等の禁止事項)

第18条 通報者等は、不正の利益を得る目的、大学又は大学研究者に損害を加える目的、その他誹謗中傷等の不正の目的をもって、通報等を行ってはならない。この場合に、通報者等は処分等の対象となる。

(公的研究費に係る不正に対する配分機関等及び文部科学省への調査結果の報告)

第19条 通報等があった日から210日以内に、調査結果、不正発生要因、不正に関与した者が関わる他の公的研究費の管理、監査体制の状況、再発防止計画等を含む最終報告書を当該事案に係る配分機関等及び文部科学省に提出しなければならない。

2 不正行為の有無の確認のため、再実験、解析等において日数を必要とし、調査が終了していない場合は、当該事案に係る配分機関等及び文部科学省に途中経過を報告し、調査が終了し次第、速やかに最終報告書を提出する。

(調査結果の公表)

第20条 不正行為が特定不正行為及び公的研究費に係る不正であった場合において、調査の結果、不正を認定した場合は、速やかに調査結果を公表する。公表する内容については、次の各号に定めるところによる。ただし、合理的な理由がある場合は、第1号を非公表とすることができる。

(1) 不正に関与した者の氏名及び所属

(2) 不正の内容

(3) 公表時までに行った措置の内容

(4) 調査委員の氏名及び所属

(5) 調査の方法、手順等

2 本委員会は、不正が行われなかったとの認定があった場合には、原則として調査結果を公表しない。ただし、調査事案が外部に漏れいていた場合、論文等に故意によるものではない誤りがあった場合は、調査結果を公表する。

3 悪意に基づく通報等の認定があったときは、調査結果を公表する。

(啓発活動)

第21条 本委員会は、責任者等と協力して、不正行為の防止及び研究倫理の啓発のために、広く研究活動にかかわる者を対象に定期的に研究倫理教育を実施する。

2 本委員会は、研究倫理教育責任者等と協力して、学生の研究者倫理に関する規範意識を徹底していくため、学生に対する研究倫理教育の実施に努める。

3 悪意に基づく通報等を防止するため、通報等は原則として顕名によるもののみ受け付けることや、通報等には不正とする科学的な合理性のある理由を示すことが必要であること、通報者等には調査に協力を求める場合があること、調査の結果、悪意に基づく通報等であったことが判明した場合は、氏名の公表や処分等の対象となることを学内外にあらかじめ周知する。

(不正行為に関する通報及び相談窓口の設置)

第22条 本委員会は、不正行為に関する通報等に対応するため、大学の学内と学外に窓口を設置する。

2 学内窓口は、学長室長とし、学外窓口は、外部の専門機関に委託する。

3 学内外に関わらず、不正行為に関する通報等があった場合は、学長室長は、速やかに学長へ報告する。

4 通報及び相談窓口の責任者は、統括管理責任者とする。

(庶務)

第23条 本委員会の庶務は、研究推進部研究推進課が行う。

(改正)

第24条 この規程の改正は、学長が本委員会の意見を聴いて行う。

附 則

この規程は、平成19年2月23日から施行する。

附 則（平成21年規程第13号）

この規程は、平成21年4月1日から施行する。

附 則（平成26年規程第58号）

この規程は、平成26年4月1日から施行する。

附 則（平成26年規程第133号）

この規程は、平成26年8月1日から施行する。

附 則（平成27年規程第57号）

この規程は、平成27年4月1日から施行する。

別紙様式（省略）

改正 平成21年4月1日

平成26年8月1日

平成27年4月1日

第1章 総則

(目的)

第1条 この規程は、東洋大学研究倫理規程（以下「研究倫理規程」という。）に定める事項を遵守し、東洋大学（以下「本学」という。）における公的研究費を適正に運営及び管理することを目的とする、東洋大学公的研究費運営及び管理規程（以下「本規程」という。）を定める。

(用語の定義)

第2条 本規程において用いられる用語の定義については、次の各号に定めるところによる。

- (1) 公的研究費 文部科学省又は文部科学省が所管する独立行政法人から配分される、競争的資金を中心とした公募型の研究資金をいう。
- (2) 研究者 本学の専任教員及び本学の施設設備を利用して研究を行っている者をいう。

第2章 責任体制及び職務権限の明確化

(最高管理責任者)

第3条 学長は、最高管理責任者として、公的研究費の運営及び管理に関し、最終的な責任を負う。

(統括管理責任者)

第4条 公的研究費管理及び運営担当副学長は、統括管理責任者として、公的研究費の運営及び管理に関し、全体を総括する実質的な権限を有しその責任を負う。

- 2 統括管理責任者は、公的研究費の運営及び管理の基本方針に基づき、機関全体の具体的な対策を策定し、実施状況を最高管理責任者に報告する。

(コンプライアンス推進責任者)

第5条 各部局（大学院（専門職大学院を含む。）研究科、学部、研究所及び研究センター）の長は、コンプライアンス推進責任者として、部局における実質的な権限を有しその責任を負う。

- 2 コンプライアンス推進責任者は、不正防止を図るため、部局内の公的研究費の運営及び管理に関わる全ての構成員に対してコンプライアンス教育を実施し、受講状況を管理監督する。
- 3 コンプライアンス推進責任者は、学科、専攻、研究所及び研究センターの組織レベルで複数のコンプライアンス副責任者を任命することができる。
- 4 研究推進部長は、運営担当のコンプライアンス推進責任者として、公的研究費の運営及び管理に関する事務手続き上の実質的な権限を有しその責任を負う。
- 5 経理部長は、経費担当のコンプライアンス推進責任者として、公的研究費の予算執行状況及び経費手続き上の実質的な権限を有しその責任を負う。

(運営及び経費担当者)

第6条 各キャンパス（白山、川越、板倉、朝霞）内の関係事務局部長は、運営及び経費担当者として、コンプライアンス推進責任者を補佐し、公的研究費の運営及び管理に関する事務手続き、予算執行状況及び経費手続き上の実質的な権限を有しその責任を負う。

第3章 適正な運営及び管理の基礎となる環境の整備

(ルール of 明確化及び統一化)

第7条 本学では本規程のもと、公的研究費を全学的な統一したルールで適正に運営及び管理する。

- 2 適正な運営及び管理体制を保持する観点から、本規程の見直しを定期的に行う。
- 3 ルールの明確化及び統一化の周知徹底を図るために、教職員対象の説明会を実施する。

(関係者の意識向上)

第8条 研究活動規範に基づき、これを本学関係者全体に周知徹底することにより、一層の研究の

使命と公的財源の大切さを認識させる。

2 公的研究費の運営及び管理に関わる全ての関係者に誓約書の提出を求める。誓約を求める内容については、次の各号に定めるところによる。

(1) 本学の規則等を遵守すること。

(2) 不正を行わないこと。

(3) 規則等に違反して、不正を行った場合は、本学や公的研究費の配分機関の処分及び法的な責任を負担すること。

3 誓約書を提出しない者は、公的研究費への申請、運営及び管理を行うことができない。

(公的研究費の使用に関する相談窓口)

第9条 公的研究費の使用に関するルール及び事務手続きに関する相談窓口を研究推進部研究推進課に設置する。

2 相談窓口の責任者は、研究推進部長とする。

第4章 不正防止計画の推進

(不正防止計画推進委員会)

第10条 本学は、不正を発生させる要因を把握し、具体的な不正防止計画を策定することにより、関係者の自主的な取り組みを喚起し、不正の発生を防止するよう努める。

2 前項に掲げる事項を達成するために、東洋大学公的研究費不正防止計画推進委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(委員)

第11条 委員会は、次に掲げる委員をもって構成する。

(1) 統括管理責任者

(2) 学長が指名する部局責任者 3名

(3) 研究推進部長

(4) 経理部長

2 委員会に委員長を置く。

3 委員長は、統括管理責任者とする。

(委員会の事務)

第12条 委員会の事務は、研究推進部研究推進課及び経理部経理課が行う。

(不正防止計画推進部署)

第13条 不正防止計画の推進を担当する部署は、研究推進部研究推進課とする。

2 不正防止計画推進部署は、研究機関全体の観点から、具体的な対策を策定し、実施状況を確認する。

第5章 研究費の適正な運営及び管理活動

(適正な運営及び管理)

第14条 本学は、法令及び本学の諸規程を遵守し、不正防止計画に基づき、公的研究費の適正な運営及び管理に努める。

2 物品等の調達、研究者の出張及び非常勤雇用者の管理については、次のとおり取り扱う。

(1) 公的研究費により物品等（機器備品、消耗品、書籍等）を調達する場合、学校法人東洋大学調達規程（以下「調達規程」という。）及び関係規程に基づき、発注及び検収を行う。

(2) 研究者が出張する場合は、東洋大学教職員旅費規程及び関係規程に基づき適正に処理する。

(3) 非常勤雇用者は、当該公的研究費に係る業務に従事させ、その勤務実態を適切に把握する。

(取引業者)

第15条 取引業者との癒着の発生を防止するとともに、不正につながりうる問題が捉えられるよう、実効性のある牽制体制を構築し管理する。

2 本学の不正対策に関する方針及びルール等を取引業者に周知徹底し、取引業者に誓約書の提出を求める。誓約を求める内容については、次の各号に定めるところによる。

(1) 本学の規則等を遵守し、不正に関与しないこと。

(2) 内部監査等の調査等において、取引帳簿の閲覧及び提出等の要請に協力すること。

(3) 不正が認められた場合、取引停止を含むいかなる処分を講じられても異議がないこと。

(4) 本学の構成員から不正な行為の依頼等があった場合には本学に通報すること。

3 誓約書を提出しない取引業者とは、原則として公的研究費に関わる取引を行うことができない。
(取引停止)

第16条 不正な取引に関与した業者については、調達規程に基づき、一定期間の取引停止又は以後の取引を停止する。

第6章 モニタリング

(日常的モニタリング)

第17条 公的研究費の適正な運営及び管理を徹底するため、関係する研究者及び事務職員により、日常的なモニタリングを実施し、不正が発生しないよう予防する。

(内部監査室)

第18条 内部監査室は、本規程の目的を達成するため、学校法人内部監査規程に基づく監査を次の各号に定めるところにより行う。

(1) 本学の公的研究費の運営、管理体制の整備及び運営状況、並びに法令及び本学諸規程の遵守状況等に関わる独立的なモニタリングの実施。

(2) 不正発生要因を分析し、不正発生リスクに対する重点的かつ機動的なリスクアプローチ監査の実施。

(監事及び会計監査人との連携)

第19条 内部監査室は、内部監査の実施に際し、監事及び会計監査人と連携し、実効性のあるモニタリング及びリスクアプローチ監査に努める。

第7章 その他

(公的研究費運営及び管理体制の公表)

第20条 公的研究費を適正に運営及び管理する体制を、本学のウェブページに掲載し学内外に公表する。公表する内容については、次の各号に定めるところによる。

(1) 東洋大学公的研究費運営及び管理規程

(2) 東洋大学研究倫理規程

(3) 東洋大学研究倫理委員会規程

(4) 公的研究費不正防止計画

(5) 公的研究費執行要領

(改正)

第21条 この規程の改正は、学長が委員会の意見を聴いて行う。

附 則

この規程は、平成19年11月12日から施行する。

附 則 (平成21年規程第12号)

この規程は、平成21年4月1日から施行する。

附 則 (平成26年規程第132号)

この規程は、平成26年8月1日から施行する。

附 則 (平成27年規程第58号)

この規程は、平成27年4月1日から施行する。

第1章 総則

(目的)

第1条 この規程は、人を対象とする医学系研究に関する倫理指針（平成26年文部科学省・厚生労働省告示第3号。以下「指針」という。）に基づき、東洋大学（以下「本学」という。）における人を対象とする医学系研究（以下「研究」という。）について必要な事項を定めることにより、人間の尊厳及び人権を守り、研究の適正な実施を図ることを目的とする。

(定義)

第2条 この規程における用語の定義は、次のとおりとする。

(1) 研究

人（試料・情報を含む。）を対象として、傷病の成因（健康に関する様々な事象の頻度及び分布並びにそれらに影響を与える要因を含む。）及び病態の理解並びに傷病の予防方法並びに医療における診断方法及び治療方法の改善又は有効性の検証を通じて、国民の健康の保持増進又は患者の傷病からの回復若しくは生活の質の向上に資する知識を得ることを目的として実施される医学系研究をいう。ただし、遺伝子組換え生物等の使用等に関する研究、ヒトに関するクローン技術等の規制に関する法律第2条第1項第20号に規定する動物性集合胚を使用する研究、ヒトES細胞の樹立に関する指針（平成26年文部科学省・厚生労働省告示第2号）第2条第5号に規定するヒトES細胞を使用する研究及び本規程第6条に規定する東洋大学における人を対象とする医学系研究に関する倫理運営委員会（以下「運営委員会」という。）が定めるものを除く。

(2) 研究対象者

研究対象が人である場合は、その対象者をいい、人由来物質の場合は、その提供者をいう。

(3) 研究者

研究の実施に携わる関係者をいう。（研究者には本学学生を含む。）

(4) 研究責任者

研究の実施に携わるとともに、当該研究に係る業務を統括する者をいい、本学の専任教員（任期付教員を含む。）とする。

(5) 侵襲

研究目的で行われる、穿刺、切開、薬物投与、放射線照射、心的外傷に触れる質問等によって、研究対象者の身体又は精神に傷害又は負担が生じることをいう。ただし、研究対象者の身体又は精神に生じる傷害又は負担が小さいものを「軽微な侵襲」という。

(6) 介入

研究目的で、人の健康に関する様々な事象に影響を与える要因（健康の保持増進につながる行動及び医療における傷病の予防、診断又は治療のための投薬、検査等を含む。）の有無又は程度を制御する行為（通常の診療を超える医療行為であって、研究目的で実施するものを含む。）をいう。

(関連法令などとの関連)

第3条 研究に係る倫理及び安全の管理については、関係法令及び別に定めるもののほか、この規程に定める。

2 研究においては、「東洋大学研究倫理規程」、研究対象者の個人情報を取得又は保有する場合における個人情報の取り扱い、学校法人東洋大学における個人情報の保護に関する規程に定める。

3 研究対象者に対する研究の倫理については、「ヘルシンキ宣言」（WMA世界医師会2013年修正）及び指針の趣旨に則る。

4 研究の信頼性確保は、「東洋大学利益相反マネジメント規程」に定める。

第2章 本学の責務

(学長の職務)

第4条 学長は、研究の実施に関する総括責任者とし、次に掲げる職務を行う。

- (1) 研究の計画又は計画の変更を求められたときは、審査委員会に意見を求め、その意見を尊重し、当該許可又は不許可を決定する。
- (2) 研究の進行状況及び結果を把握し、研究が倫理的、法的又は社会的に適正に実施されるよう必要な措置を講ずる。
- (3) 研究が適切かつ安全に行われるために必要な基本的事項を定める。
- (4) 研究倫理に関する教育及び研修を本学の研究者が受けることを確保するための措置を講じ、自らもこれらの教育及び研修を受ける。

2 学長は、前項及び本規程の規定により学長の職務とされている事項を、学長が指名する副学長に委任することができる。

(各部局長の職務)

第5条 研究を実施する各部局の長（以下「部局長」という。）は、研究が適切かつ安全に実施されるよう、必要な措置を講じなければならない。

(運営委員会の設置)

第6条 本学は、本規程の目的の達成かつ適切な運用を図るために運営委員会を設置する。

2 運営委員会は、次に掲げる業務を行う。

- (1) 運営委員会の運営に関する事項
- (2) 人を対象とする医学系研究に関する倫理審査委員会（以下「審査委員会」という。）の運営に関する事項
- (3) 本規程、関連の細則等の制定改廃に関する事項
- (4) その他人を対象とする医学系研究倫理に関する事項

(運営委員会の委員)

第7条 運営委員会は、次に掲げる者をもって構成する。

- (1) 研究推進を担当する副学長
- (2) 研究推進部長
- (3) 学長が指名する学部長又は研究科長 若干名
- (4) 医学、医療その他の自然科学分野に関して学識経験を有する者のうちから学長が指名する本学教職員 若干名
- (5) 倫理、法律その他の人文社会科学分野に関して学識経験を有する者のうちから学長が指名する本学教職員 若干名

2 前項第3号から第5号の委員の任期は2年とし、再任を妨げない。ただし、任期の途中で委員となった委員の任期は、前任者の任期の残任期間とする。

(運営委員会の委員長)

第8条 運営委員会に、委員長（以下「運営委員長」という。）を置き、委員の互選により選出する。

2 運営委員長は、運営委員会を招集し、その議事を整理する。

(運営委員会の副委員長)

第9条 運営委員会に、副委員長（以下「運営副委員長」という。）を置くことができる。

2 運営副委員長は、運営委員長を補佐し、運営委員長が欠けたとき又は事故あるときは、その職務を代理又は代行する。

3 運営副委員長は、運営委員長が委員のうちから指名する。

(運営委員会の定足数及び議決)

第10条 運営委員会は、委員の過半数が出席しなければ、開くことができない。

2 運営委員会の議は、出席委員の3分の2以上の多数により決する。

(書面等による決議)

第11条 前条の規定にかかわらず、運営委員長が運営委員会の目的である事項について提案をした場合において、当該提案につき前条第1項に規定する定足数を満たす委員からの書面又は電磁的記録による意思表示があった場合は、前条第2項の規定を準用し、当該提案を可決する旨の運営委員会の決議があったものとみなす。

2 運営委員長は、前項の規定により運営委員会の決議があったものとみなしたときは、その旨を次の運営委員会において報告しなければならない。

(運営委員会の委員の責務)

第12条 運営委員会の委員は、対象者の権利と福利を保護することを第一に職務を行う。

2 運営委員会の委員は、委員の職務と自己の利益が相反する場合は、あらかじめその旨を運営委員長に申告しなくてはならない。

3 運営委員会の委員は、研究の計画の審査に必要な知識についての講習又は教育を受けなければならない。

4 運営委員会の委員は、職務に関連して知り得た情報を漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。

(運営委員会の委員でない者の出席)

第13条 運営委員長は、運営委員会の委員でない者に運営委員会への出席を求め、意見を聴くことができる。

(審査委員会の設置)

第14条 本学に、研究に関する審査を行うために、審査委員会を設置する。

(審査委員会の委員)

第15条 審査委員会は、次に掲げる者をもって構成する。

(1) 運営委員長

(2) 第7条第1項第4号の委員のうちから学長が指名する者 若干名

(3) 第7条第1項第5号の委員のうちから学長が指名する者 若干名

(4) 一般の立場から意見を述べることのできる者 若干名

(5) 学外有識者 2名以上

(6) その他学長が必要と認めた者

2 審査委員会は、5名以上の委員で構成し、男性及び女性を少なくともそれぞれ2名以上含まれるようにしなければならない。

3 第1項第4号の委員の任期は2年とし、再任を妨げない。ただし、任期途中で委員となった委員の任期は、前任者の残任期間とする。

4 審査委員会に審査委員長を置き、委員の互選により選出する。

(審査委員会の委員の責務)

第16条 審査委員会の委員は、倫理的観点及び科学的観点から、利益相反に関する情報も含めて中立かつ公正に職務を行う。

2 審査委員会の委員は、委員の職務と自己の利益が相反する場合は、あらかじめその旨を運営委員長に申告しなくてはならない。

3 審査委員会の委員は、研究の計画の審査に必要な知識についての講習又は教育を受けなければならない。

4 審査委員会の委員は、職務に関連して知り得た情報を漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。

(審査委員会の定足数及び議決)

第17条 審査委員会は、次の各号に掲げる全ての事項を満たさなければ、開くことができない。

(1) 委員の過半数かつ5名以上の出席

(2) 第15条第1項第2号から第5号の委員のそれぞれ1名以上の出席

(3) 男性及び女性の委員のそれぞれ1名以上の出席

2 審査委員会の議は、全会一致で決する。ただし、審査委員長が必要と認めるときは、委員の3分の2以上の多数により決することができる。

3 審査委員会の決議について、特別な利害関係を有すると審査委員長が認めた委員は、議決に加わることができない。

(審査委員会の委員でない者の出席)

第18条 審査委員長は、審査委員会の委員でない者に審査委員会への出席を求め、意見を聴くことができる。

(書面等による決議)

第19条 第17条第各項の規定にかかわらず、審査委員長が審査委員会の目的である事項について提案をした場合において、当該提案につき第17条第1項及び第3項に規定する定足数を満たす委員からの書面又は電磁的記録による意思表示があった場合は、第17条第2項の規定を準用し、当該提案を可決する旨の審査委員会の決議があったものとみなす。

2 審査委員長は、前項の規定により審査委員会の決議があったものとみなしたときは、その旨を次の審査委員会において報告しなければならない。

（情報公開と保存）

第20条 審査委員会の開催状況及び審査の概要は、公開する。ただし、審査委員長が、対象者の人権又は研究等の独創性若しくは知的財産権を保護する必要があると認めた場合は、公開しないことができる。

2 審査委員会は、審査を行った研究に関する審査資料を当該研究の終了について報告される日までの期間（侵襲（軽微な侵襲を除く。）を伴う研究であって介入を行うものに関する審査資料にあっては、当該研究の終了について報告された日から5年を経過した日までの期間）、適切に保管しなければならない。

（研究者の責務）

第21条 研究者は、関係する規程等によるもののほか、指針第2章第4（研究者等の基本的責務）に基づき、次に掲げる基本的責務を持つ。

- （1） 研究対象者への配慮
- （2） 研究の倫理的妥当性及び科学的合理性の確保
- （3） 研究倫理に関する教育及び研修の受講

（研究責任者の責務）

第22条 研究責任者は、関係する規程によるもののほか、指針第2章第5（研究責任者の責務）に基づき、次に掲げる基本的責務を持つ。

- （1） 研究計画書の作成及び研究者に対する遵守徹底
- （2） 研究の進捗状況の管理及び監督並びに有害事象等の把握及び報告
- （3） 前条に定める研究者の責務

第3章 研究の審査手続

（学長の承認）

第23条 研究責任者は、研究を実施しようとする場合は、あらかじめ、研究計画書及び別に定める要領で定める書類を作成し、学長の承認を得なければならない。これを変更しようとするときも、同様とする。

2 学長は、前項の承認には必要に応じて条件を付することができる。

3 学長は、第1項の承認又は不承認の決定をしたときは、速やかに研究責任者に通知する。

（審査の判定）

第24条 学長は、前条の申請があった研究計画について、審査委員会の議を経て、その審査の判定を行う。

2 審査の判定区分は、次の各号に掲げるとおりとする。

- （1） 承認
- （2） 条件付承認
- （3） 変更の勧告
- （4） 不承認
- （5） 非該当

（審査委員会への意見聴取）

第25条 学長は、第23条第1項の規定に基づき、研究責任者から研究計画の承認を求められたときは、その妥当性について審査委員会の意見を聴かななければならない。ただし、審査委員長があらかじめ指名する委員（以下「担当委員」という。）が、当該研究計画が指針又は運営委員会があらかじめ定める要件に該当し、審査委員会における審査を必要としないと認めた場合はこの限りでない。

（予備審査）

第26条 審査委員会は、前条の規定により学長から意見を聴かれた場合は、審査する研究計画ごと

に担当委員において予備審査を行った上で、審査を行う。

- 2 予備審査を行った担当委員の全員が、研究計画が次のいずれかに該当し、審査委員会で審査することが適当でないと認めた場合は、審査委員会は、審査委員会において審査を行わず、当該研究計画について見直しを求めることが適当である旨の意見を学長に述べる。

(1) 倫理的又は科学的見地から著しく妥当性を欠いている場合

(2) その他審査委員会で審査する水準に達していないと認められる場合

(迅速審査)

- 第27条 前条第1項の規定にかかわらず、予備審査を行った担当委員の全員が、当該研究計画が次のいずれかに該当し、これを承認することが適当であると認めた場合は、審査委員会が承認の決議をしたものとみなす。

(1) 他の研究機関と共同して実施される研究であって、既に当該研究の全体について共同研究機関において倫理審査委員会の審査を受け、その実施について適当である旨の意見を得ている場合の審査

(2) 研究計画書の軽微な変更に関する審査

(3) 侵襲を伴わない研究であって介入を行わないものに関する審査

(4) 軽微な侵襲を伴う研究であって介入を行わないものに関する審査

- 2 審査委員長は、前項の規定により審査委員会が承認の決議をしたものとみなしたときは、その旨を審査委員会の委員に報告しなければならない。この場合において、審査委員会の委員は、当該研究計画を承認することが適当でないと認めるときは、異議を申し立てることができる。

- 3 前項後段の規定により審査委員会の委員から異議の申し立てがあった場合において、審査委員長が必要と認めたときは、審査委員会において審査を行う。

(審査委員会における審査)

- 第28条 審査委員会は、研究責任者から提出された研究計画書に基づき、研究計画に関して次に掲げる事項を審査する。

(1) 指針、関連の法令等に適合していること。

(2) 倫理的及び科学的見地から適正かつ妥当な内容であり、実施に当たり必要な安全を確保していること。

第4章 その他

(研究の履行状況の实地調査)

- 第29条 運営委員会は、学長が承認した研究が、研究計画書に沿って適切に行われているかを随時实地調査することができる。

- 2 運営委員会は、前条の实地調査の結果、研究活動が研究計画書と異なると認めたとき又は法令等に違反していると認めたときは、その旨を速やかに学長に報告する。

(是正措置)

- 第30条 学長は、次に掲げる場合は、研究責任者に対し、研究方法の改善若しくは研究の一時停止を勧告し、又は第23条第1項の承認を取り消すことができる。

(1) 第27条第2項後段の規定により、審査委員会の委員から異議の申し立てがあった場合

(2) 前条第2項の報告を受けた場合

(異議の申し立て)

- 第31条 研究責任者は、次の各号のいずれかの場合において、それらの決定に不服があるときは、その通知があった日から起算して2週間以内に、書面により学長に対して異議を申し立てることができる。

(1) 第23条第1項の承認に条件が付された場合又は不承認となった場合

(2) 第26条第2項の規定により研究計画の見直しを求められた場合

(3) 前条の規定により研究方法の改善若しくは研究の一時停止を勧告された場合又は第23条第1項の承認を取り消された場合

- 2 学長は、前項の規定による異議の申し立てを受けたときは、速やかに審査委員会に審査を依頼し、その結果を研究責任者に通知しなければならない。

(研究結果の報告)

- 第32条 研究責任者は、学長が承認した研究の実施期間終了後、速やかに所定の様式による研究結

果報告書を学長に提出しなければならない。

- 2 研究の実施期間が複数年度にわたる場合は、各年度末までに所定の様式による経過報告書を学長に提出しなければならない。
- 3 研究結果報告書及び経過報告書を提出しない研究責任者が、新たに別の研究計画書を学長に提出した場合は、学長はこれを受理しない。

(所管)

第33条 この規程に関する事務は、研究推進部研究推進課が行う。

(雑則)

第34条 研究の審査に関する必要な事項は、運営委員会が別に定める。

(改正)

第35条 この規程の改正は、学長が運営委員会の意見を聴いて行う。

附 則

- 1 この規程は、平成28年4月1日から施行する。
- 2 この規程の施行に際し、「東洋大学生命科学部・食環境科学部・総合情報学部・理工学部のヒト及びヒト由来物質を対象とした研究に関する倫理審査委員会規程」及び「東洋大学生命科学部・食環境学部・総合情報学部・理工学部のヒト及びヒト由来物質を対象とした研究に関する倫理審査委員会細則」は廃止する。

(経過措置)

- 3 前項の規定にかかわらず、既に「東洋大学生命科学部・食環境科学部・総合情報学部・理工学部のヒト及びヒト由来物質を対象とした研究に関する倫理審査委員会細則」第3条第1項の規定により提出された研究計画書の審査については、なお従前の例による。

① 書類等の題名

資料 8 大学院共同研究室フロア及び室内見取図

② 出典

東洋大学作成

③ 書類等の利用範囲

参考資料としてすべて

④ その他、著作物等について加工している場合には、その加工に関する説明

図表の経営学研究科共同研究室部分については、赤枠に囲んだ。

部屋名称についても赤色の下線をひいた。

【資料9】基礎となる学部との関係

大学院

経営学研究科 経営学・マーケティング専攻
(博士前期課程・博士後期課程)

< 経営学領域 >

【専攻分野】

グローバル化、イノベーション創出に向けた企業経営、
非営利組織経営／国際経営におけるグローバル戦略、
グローバルマーケティング／技術経営／人的資源／ブ
ランド論／マーケティングサイエンス組織・戦略／
グローバル経営／流通マーケティング etc...

< マーケティング領域 >

学部

経営組織・
経営管理

経営戦略

経営情
報・分析メ
ソッド

経営財
務・会計・
マーケティ
ング

経営学科

マーケティ
ング戦略

マーケティ
ング・サイエ
ンス

流通・サービ
スマーケティ
ング

マーケティング学科