

VIII サービス創造学部

サービス創造学部の基本コンセプト

サービスとは、便利さ、快適さ、楽しさなどを生み出し、人々の幸福やよりよい社会の実現に貢献するあらゆる活動や機能を指します。サービス創造とは、新たなサービスを発想し、実現することです。私たちの暮らしは、様々なサービスによって支えられており、その多くは企業によって提供されています。

サービスを提供する企業は、いわゆるサービス業に限りません。今日、あらゆるビジネスにサービス創造が求められており、その意味で、現代はまさにサービス社会だと言えるでしょう。

こうした社会の要請に応じて、サービス創造学部は、「新たなサービスを発想し、実現する」ための教育と研究を推進し、すべての学部メンバーの学びと成長の機会を、創造し続けます。

つまり・・・

Q：サービス創造ってなに？

A：「便利さ」「快適さ」「楽しさ」などを生み出すサービスを、新たに発想し、実現することです。

Q：サービス創造は、サービス業にだけ必要なの？

A：サービス業に属する企業だけでなく、メーカーなどの企業でも必要なことです。なぜなら多くの製品は、人々が「便利」で、「快適」で、「楽しい」生活を送るために生み出されるからです。

例えば・・・「便利さ」
－清掃サービスを頼んで部屋をきれいにしてもらう。
－清掃ロボット（製品）のおかげで掃除が楽になった。
「快適さ」
－マッサージ（サービス）を受けると体が癒される。
－マッサージ機能付きソファ（製品）で家でも気軽に体がほぐせる。
「楽しさ」
－テーマパーク（サービス）で思いっきり楽しんだ。
－携帯用ゲーム機（製品）でいつでもどこでも遊べる。

Q：サービス創造はどれくらい重要？

A：ビジネスで成功するための“鍵”になります。より多くの人々に、今よりもっと便利で、快適で、楽しい気持ちになってもらうことこそ、ビジネスでなすべきことだからです。社会が変化して人々が求める価値が多様化すればするほど、サービス創造の重要性は高まっていきます。

Q：サービス創造するには、どうしたらいいの？

A：「サービス創造マインド」と「サービス思考力」を身に付ける必要があります。

Q：「サービス創造マインド」って？

A：サービス創造に必要な「意欲と姿勢」です。これには、よりよいサービスを実現する意欲や、人々が求める価値を理解しようとする姿勢、他者と協働しようとする姿勢などが含まれます。

Q：「サービス思考力」って？

A：サービス創造に必要な「考える力」です。具体的には、人々の生活や社会における問題を発見して新たなサービスを発想する力や、サービス実現における問題を発見して質の高いサービスを設計する力、実際に提供されたサービスが抱える問題を発見して改善策を考える力などです。

Q：「サービス創造マインド」や「サービス思考力」をどうやって身に付けるの？

A：「学問」「企業」「活動」からの学びによって身に付けます。これを本学部では、「3つの学び」と呼んでいます。

「学問から学ぶ」：経営学、マーケティング、情報、経済学、会計学などのビジネスに関わる学問分野を中心に幅広く学び、サービスの発想や実現の基礎となる知識や理論を身に付けます。また、各自がテーマを設定して研究を行い、自ら問題を発見する力や、発見した問題に対して論理的に思考する力、自らの考えを発信する力なども養います。

「企業から学ぶ」：新たなサービスを発想するには、現実社会を知る必要があります。そこで、学部に協

力してくれる「公式サポーター企業」の方々から現場の話やサービス創造の話話を話し、社会に対する関心やサービス創造の意欲を高め、人々の生活や社会における問題を発見して新たなサービスを発想する力などを養います。

「活動から学ぶ」：サービスは、人々の活動がなければ実現しません。そこで、実際にサービス創造の活動を行い、他者と協働してサービス創造しようとする姿勢や、サービス実現における問題を発見して質の高いサービスを設計する力などを養います。

1. サービス創造学部のビジョン

本学部は、「新たなサービスを発想し、実現する」ための教育、研究を推進し、豊かなサービス社会の実現に貢献します。

2. サービス創造学部の教育目標

本学部は、次のようなサービス創造人材を目指す学生の学びと成長を支援します。

- (1) サービス社会を先取りするビジネス分野で、組織の経営者や管理者として活躍できる人材
- (2) ビジネス分野で社会が求める新たなサービスを発想し、それを事業化（起業）できる人材
- (3) サービスに係る既存の理論や実践を批判的に考察し、新たなサービス理論を構築できる人材
- (4) 社会のリーダーもしくはプロフェッショナルとして、新たなサービス社会を先導できる人材

3. サービス創造学部のカリキュラムの特徴（3つの学び）

本学部における学びは、科目区分とは別に、「学問から学ぶ」「企業から学ぶ」「活動から学ぶ」の「3つの学び」に分類されます。「企業」や「活動」から学ぶことで、「学問」だけを学ぶ普通の学部の教育よりも社会や実践の問題を幅広く捉えることを可能とし、「新たなサービスを発想し、実現する」ための教育を効果的に推進することが、本学部のカリキュラムの狙いとなっています。

4. 公式サポーター企業

本学部は、サービス社会を先取りする主要企業と密接な協力体制を構築しています。これらの企業を、本学部では「公式サポーター企業」と呼んでいます。公式サポーター企業の方々には、授業のゲストスピーカーとしての講演、プロジェクト実践の支援、サービス創造のアイデアの審査などを通じて、みなさんに現実性と臨場感のある魅力的な学びの機会を提供してまいります。

公式サポーター企業の方々には、みなさんを一人の大人とみなしていますので、失礼のない態度で接するよう心がけてください。

5. プロジェクト実践

「プロジェクト実践」は、「活動から学ぶ」ための科目であり、本学部ならではの授業の一つです。この授業では、大学や公式サポーター企業などの支援を受けながら、学生自身がサービス創造のプロジェクトを企画、実行します。サービス創造のアイデアがあれば、それを実現するための企画を授業内で自ら立ち上げることも可能です。活動を行うだけでなく、活動を通じて感じたこと、疑問に思ったこと、失敗の経験などを振り返ることで、学びを深めていきます。

6. 研究科目（ゼミナール）

本学部では、学生が主体的に研究するための「研究科目」が、必修科目として設置されています。この授業はゼミナール（ゼミ）とも呼ばれ、2年次に自らの興味関心にしたがって所属ゼミナールを選択し、4年次には4年間の学びの集大成として「卒業研究」を行います。

観光・ホテル・交通	(株)エイチ・アイ・エス (H. I. S.)
	(株)カヌチャベイリゾート
	(株)ジェイティービー (JTB)
	常盤興産(株)
	(株)第一寶亭留
	(株)帝国ホテル
	日本航空(株) (JAL)
	富士屋ホテル(株)
経営サポート・資産運用・保険	(株)あしたのチーム
	(株)クレディセゾン
	三光ソフランホールディングス(株)
	スターツコーポレーション(株)
	パーソルテンプスタッフ(株)
	(株)日本政策金融公庫
	(株)乃村工藝社
	(株)ハウスメイトパートナーズ
	(株)三井住友銀行
	第一生命保険(株)船橋支社
健康サポート	(医)鉄蕉会亀田メディカルセンター
	セントラルスポーツ(株)
小売・流通・物流	(株)ルネサンス
	加賀電子(株)
	佐川急便(株)
	(株)ファミリーマート
	(株)マツモトキヨシホールディングス
	ミニストップ(株)
	(株)メガスports
	ヤマト運輸(株)
情報・通信	(株)ヤナセ
	ソフトバンク(株)
食品・飲食	(株)伊藤園
	クオルス(株)
	タリーズコーヒージャパン(株)
	(株)トランジットジェネラルオフィス
	(株)プロントコーポレーション
	(株)ホットランド(築地銀だこ)
	(株)萬珍樓
	米屋(株)
スポーツ・エンターテインメント	イオンエンターテイメント(株)
	(株)OFC (オービックシーガルズ)
	ジェフユナイテッド(株) (ジェフユナイテッド市原・千葉)
	(公財)千葉県文化振興財団
	(株)千葉ジェッツふなばし
	(株)千葉ロッテマリーンズ
	東映(株)
	(公財)日本オペラ振興会
	ぴあ(株)
	(株)ホリプロ
MOONEYES	
広告・メディア	新京成フロンティア企画(株)
	千葉テレビ放送(株)
	(株)ベイエフエム
生活サポート	アビリティーズ・ケアネット(株)
	(株)サン・ライフ
	(株)スペースマーケット
	総合警備保障(株) (ALSOK)
	(株)ポピンズ
	三菱ケミカルアクア・ソリューションズ(株)
ファッションサービス	(株)サマンサタバサジャパンリミテッド
社会貢献	(公財)東日本大震災復興支援財団
教育	(株)学研教育みらい

サービス創造学部

ディプロマ・ポリシー（学位授与方針）

サービス創造学部では、サービスに関する以下のような倫理観、教養、専門的な知識・技能を一定のレベルを超えて身につけ、所定の単位を修得した学生に卒業を認定し、サービス創造人材として「経営学士」の学位を授与する。サービス創造人材とは、新たなサービスを創造することを通じて価値や効用を生み出し、個人や組織、社会を豊かにする人たちのことである。

高い倫理観

- ◆より良いサービスを提供しようとするサービス創造マインドおよびサービス創造する際に求められる判断基準としての道德準則を遵守するための責任感。

幅広い教養

- ◆人間、組織、社会に対する強い関心を持ち、サービス創造のための発想、判断、行動する上で求められる普遍的で幅広い見識や知識、および豊かな人間性。

専門的な知識・技能

- ◆サービス創造しようという意欲に基づく、サービス創造に関する知識及びサービス創造するための発想力・マネジメント力・マーケティング力・アカウンティング力・情報科学力などの能力。

上記の力を身につけるためのカリキュラムを編成・実施し、所定の単位の修得により、学修成果を評価する。単位修得状況が一定の水準に満たない学生に対しては、面談等の実施により学修成果の把握・改善を行う。

カリキュラム・ポリシー（教育課程の編成・実施方針）

サービス創造学部では、ディプロマ・ポリシーの達成のために、全学部共通カリキュラムであるCUC基盤教育科目群の科目を通じて本学の学生として基盤となる知識の獲得と能力の醸成を行うとともに、「学問から学ぶ」「企業から学ぶ」「活動から学ぶ」の「三つの学び」を中心とした以下のカリキュラムを体系的に編成し実施する。

初年次教育

多様な入学者がサービス創造学部での主体的な学びに適応し、4年間を通じた学修の基礎を身につけ、専門研究へ導入することができるように、少人数での初年次ゼミを実施する。初年次ゼミでは、大学生として必要な学修態度、コミュニケーションスキル(読む、書く、聞く、話す)を学ぶとともに、自身の今後の大学生活や進路を考える機会を提供するために、講義、課題演習、グループワークなど多面的な教育方法を取り入れる。

専門教育

主たる6つの学問分野(サービス、経営学、マーケティング、会計学、情報、経済学)において、実社会における諸課題を発見し、解決するための専門的な知識・技能を体系的な学修を通じて段階的に身につける。学問において最低限必要とされる基礎知識や理論を入門科目にて修得(情報分野はCUC基盤教育科目群にて修得)させ、より高度で応用的な知識や理論を修得するための発展的な専門教育を実施する。また、1年次に配置するプロジェクト関連科目修得を通じて、2年次以降に取り組むプロジェクト活動を円滑に遂行するために必要な知識・能力の涵養を図る。

一定の専門知識を体系的に修得させるために、教育方法は主として講義形式を取り入れるが、必要に応じて適宜、ゲストスピーカーによる講演、グループワーク、ディスカッションなどを実施する。

ゼミナール教育

発展的な専門知識・技能を修得するために、2年次以降にゼミナール教育を実施する。この教育は、「学問から学ぶ」「企業から学ぶ」「活動から学ぶ」というサービス創造学部における「三つの学び」が総合的に活かされる場であり、それらの学びを通じて得られた知識を総動員し、担当教員や学生同士とのコミュニケーション、グループワーク、プレゼンテーションを通じて、研究のテーマを掘り下げ、4年次にはその集大成として卒業研究の成果物の完成を目指す。

さらに、サービス創造学部においては、各科目に到達目標、評価方法を具体的にシラバスに記載し、それらに基づいて学修成果を評価するとともに、科目ごとに初回の授業時に、到達目標、評価方法を学生に説明し、学生が計画的に学修を行えるようにする。

学生の能動的な学修の充実に向け、履修科目の登録上限の設定による1科目あたりの学修時間の増加をはかるとともに、ディスカッションや演習をとまなうアクティブラーニング主体の授業においては履修人数の上限を設定し、教育効果の向上に努める。

I 教育課程

(1) 科目の区分

サービス創造学部 2022 年度入学生の科目区分は、CUC 基盤教育科目群、サービス企業科目群、専門科目群、研究科目群に大別されます。これらの科目区分をバランスよく学ぶことにより、サービス創造学部の特色である「学問から学ぶ」、「企業から学ぶ」、「活動から学ぶ」の 3 つの学びを身につけます。

(2) 科目の概要

【CUC基盤教育科目群】

詳細は、V. 基盤教育機構のページを参照してください。

【サービス企業科目群】

サービス企業科目群は、セミナー科目と実践科目で構成されており、「企業から学ぶ」に該当します。

ア セミナー科目

セミナー科目では、公式サポーター企業を中心に実務家をゲストスピーカーとして招聘します。この科目では、現場でのさまざまな経験に基づく具体的な話をいただきながら、当該企業ならびにそれを取り巻く業界の実態や特徴についての理解と関心を深めます。また、当該企業が実際に提供しているサービスの特徴あるいはサービスの効用を高めるための努力や工夫など実践に即した話からサービス創造の基礎を学びます。

さまざまな業界の現状に触れることは、将来の進路を考える上でのきっかけとなります。また、多くの業界を知ることによって、各業界における今日的な動向を理解することができ、ひいては、新しいサービス創造へと発展することができるものと考えられますので、より多くのセミナー科目で学ぶことを推奨します。

イ 実践科目

実践科目は、3 つの学びのうちの「活動から学ぶ」に該当します。設定した課題を解決する道筋を検討するために専門科目で学んだ知識を用いて、みなさんが主体的に考察し、活動します。目的を達成するためのプロセスを通じて、さまざまなことを学ぶことができます。

「プロジェクトマネジメント入門」は、プロジェクトを運営するために必要となる目標設定、企画作成、予算管理などについて学ぶ科目です。この科目での学びは、学内外でのプロジェクト、インターンシップなどの機会はもちろん、卒業後の実社会でも役立つビジネススキルの基礎となります。

さらに実際のプロジェクトを効果的に実施するためには、論理的な思考やコミュニケーション能力、調査力が必要になります。それらの基礎を学ぶために、「インタビュー法」「メディアコミュニケーションズⅠ」「プロデュース論」「調査法」などの科目が設けられ、これらの知識を修得することができます。

「プロジェクト実践」は、学問からの学び、企業からの学びを手がかりに学内外において学生がプロジェクト活動を行う科目です。活動の期間に応じて修得単位数が2、4単位と変動します。

2年次以降に履修可能となる「プロジェクト実践」の履修を希望する場合は、1年次で下記科目の履修修得を推奨します。効果的な学習ができるように、履修計画を策定してください。

「プロジェクト入門」(必修)

「調査法」

「ビジュアルコミュニケーションデザイン論」

「サービス体験デザイン論」

「インタビュー法」

「メディアコミュニケーションズⅠ」

「Service Communication」

「ビジネスパーソンシップ論」

「メディアコミュニケーションズⅡ」

「American Pop Culture」

【専門科目群】

専門科目群は、サービス創造科目とアカデミックコモン科目で構成され、サービス創造科目は「入門」「基幹」「展開」、アカデミックコモン科目は「入門」「基幹」の区分により、科目がそれぞれ設定されています。

入門科目では、基幹科目、展開科目へと進む上で必要な基礎的理論や概念的枠組みを修得します。基幹科目では、基礎科目を拡充し、それぞれの分野の幹を形成する科目として用意されています。社会で起きている現実的諸問題の理解と解決に向けた思考法を学びます。

サービス創造科目に設置されている展開科目では、代表的なサービス業界ごとに、それぞれが有する特徴や問題を具体的、実践的な視点で学び、サービス業界に対する各自の関心や進路に応じた専門的な知識を修得します。

ア サービス創造科目

サービス創造科目では、サービスに関する理論を「入門」「基幹」「展開」の段階に分け、体系的に学ぶことができます。

「入門」では、サービス創造に関する基本的な考え方を「サービス創造入門」にて理解します。「基幹」では、「入門」で学んだ知識を基として、「サービスマネジメント論」「サービスマーケティング論」等の科目を通じ、より発展的な理論について具体例を交えた講義を行います。

さらに「展開」では、旅行レジャー・交通宿泊・外食・ファッション・ブライダル・流通・物流・情報・スポーツエンターテインメント・健康・金融・アカウンティング・フィットネスの各業界における特徴や最新のサービス創造などを学術的に解説し、サービス創造の理論を実践的に学びます。

イ アカデミックコモン科目

アカデミックコモン科目は、経営学、マーケティング、会計学、情報、経済学の5つの分野で構成されており、各分野とも基礎を学ぶ「入門」と、応用科目としての「基幹」に分けて科目を配当しています。

実社会で求められる広範な基礎学習を修めることは、将来進路の幅を広げることに繋がります。また、複数の学問分野を学ぶことによって同じ問題をさまざまな学問的な視点から複合的に分析することも可能となります。

また、「基幹」の科目ではサービス創造学部にあわせて、経営革新や消費者行動、企業財務、情報システム、ミクロ経済などについて必要十分な科目を用意しており、幅広い学問的なアイデアや現実問題に出会い、知識を探究することによって、研究を深めることができます。

【研究科目群（ゼミナール）】

1年次の「研究入門」では、高校から大学への導入教育などを目的として20名規模のクラスで授業を実施し、大学で学ぶ意義や技法、レポートの書き方など、大学で学ぶために必要なスキルを身につけます。

「研究入門」「研究2」「研究3A」「研究3B」「研究4A」「研究4B」「卒業研究」はそれぞれ必修科目です。「研究入門」は学修の基礎を学び、コミュニケーション力を高めるための科目です。

「研究2」では、各教員の専門分野ごとにクラス（ゼミナール）が設置され、みなさんの興味・関心を持つゼミナールを選んで申込みをします。

また、「研究2」の発展的な内容を学ぶ「研究3A」「研究3B」「研究4A」「研究4B」「卒業研究」は、本学部において学問を究める重要な機会となります。

(3) 授業科目配当表

原則として、履修できる科目は授業科目配当表に記載のある科目のみです(自由科目、特別講義を除く)。授業科目配当表に記載のない科目の単位修得をしても卒業要件には含まれません。入学年度ごとにカリキュラムが異なりますので、履修登録の際には注意してください。

授業科目配当表は、118ページを確認してください。

(4) 資格取得単位認定

下表の認定科目は、該当資格を取得し、大学に申請することで単位を認定することができます。申請期間等の詳細については、告示を参照してください。

資格名称	認定科目	申請可能学年
ITパスポート試験	ICT基礎	1年次～
全商簿記1～2級	簿記入門	
全経簿記1～2級	簿記入門	
日商簿記1～3級	簿記入門	

2 履修登録

履修登録については、【Ⅱ 大学における学修】「8.履修」の項を確認のうえ、各自行ってください。なお、学部により履修制度が異なりますので、以下の注意事項を確認のうえ、不明点がある場合には、教務課へ相談してください。

(1) 事前履修登録科目

事前履修登録科目とは、学期指定の必修科目等を指し、教務課によって履修登録を行います。CUC PORTAL 時間割表に自動で登録されるので、自身で履修登録を行う必要はありません。なお、対象科目は以下の通りです。ただし、事前履修登録科目の単位を修得することができず、再履修をする場合は、自身で履修登録を行う必要がありますので、注意してください。

再履修については【Ⅱ 大学における学修】25 ページを参照してください。

年次	春学期	秋学期
1 年次	サービス創造入門	プロジェクト入門
	経営学入門	
	マーケティング入門	
	情報入門	
	研究入門	
2 年次	アカウンティング入門	研究 2
3 年次	研究 3A	研究 3B
4 年次	研究 4A	研究 4B
		卒業研究
2~4 年	プロジェクト実践 2A~2F	プロジェクト実践 2A~2F
	プロジェクト実践 3A~3C	※通年科目

(2) 履修クラスに指定のある科目

受講クラスが指定となる科目があります。ガイダンス、告示等で自身の履修クラスを確認してください。なお、対象科目は「サービス創造入門」を除き、事前履修登録科目と同じです。

(3) 履修にあたり条件がある科目

以下の科目の履修にあたっては条件があります。ステップアップ科目については、次学期以降に履修登録に影響が出ますので、計画的に履修登録を行ってください。

ステップアップ科目	条件
企業会計制度	「アカウントティング入門」単位修得者のみ履修可能
企業財務論	
財務分析	
内部監査論	「企業会計制度」単位修得者のみ履修可能
内部統制評価	「内部監査論」単位修得者のみ履修可能
情報処理	「情報入門」単位修得者のみ履修可能
研究 4 B	「研究 4 A」単位修得者のみ履修可能
卒業研究	「研究 4 A」単位修得者のみ履修可能

履修に制限がある科目	条件
研究 2	「研究入門」を受講したことがある者のみ履修可能
研究 3 A	「研究 2」を受講したことがある者のみ履修可能
研究 3 B	「研究 3 A」を受講したことがある者のみ履修可能
研究 4 A	「研究 3 B」を受講したことがある者のみ履修可能
ICT 基礎	「情報入門」を受講したことがある者のみ履修可能
Web 基礎	
日本語読解 I ～ III	留学生のみ履修可能
日本語聴解 I ～ III	

(4) 履修上限外科目

各学期の履修上限単位数は原則 22 単位と定められていますが、指定した科目に限り履修上限を超えて履修をすることが認められます。対象科目は以下の通りです。ただし、全学部・所属学部を対象とした特別講義など、履修上限外科目は年度により追加・変更となる可能性があります。

- ア. 集中講義
- イ. 自由科目
- ウ. 「海外短期文化研修 I、II」
- エ. 「海外長期文化研修」
- オ. 「卒業研究」

(5) その他

ア. 上級年次に配当された科目は履修できません。

イ. 体育の履修について

体育科目は、「基礎体育学実習」及び「体育学実習」（種目別）の2つにわかれており、同時履修は可能です。体育学実習を履修すると成績表には「体育学実習 I」と表示されます。

なお、体育学実習 I（体育学実習）の履修は1回のみ可能です。

3 学部の特徴ある教育

ラーニングパス（LP）

本学部では、1年次から4年次までの学修について、定期的に学生と指導教員が相談しながら設計する「ラーニングパス（LP）」制度を導入しています。

学生と教員が学期ごとに個別相談する機会を持ち、将来の目標や目的にふさわしい学修ができるよう、学びの方向性を相談していきます。また、成績結果についても、両者で確認し、問題点の洗い出しと今後の課題について検討します。

4 授業科目配当表 (2022 年度入学者適用)

基盤教育科目 ※卒業要件は 39 ページを参照してください

区 分		第 1 年次	第 2 年次	第 3 年次	第 4 年次	
		科 目 (単位)	科 目 (単位)	科 目 (単位)	科 目 (単位)	
共通 教養科目	人文学	アジアの歴史(2) 近代日本文学(2) 性格心理学(2) ヨーロッパの歴史(2) アメリカの文学と文化(2) 実学への招待(2) 世界の文学(2) 倫理学(2)	イギリスの文学と文化(2) 言語学(2) 哲学(2) 歴史学入門(2) イスラーム・アラブ文化論(2) 現代中国の思想(2) 日本史(2) 論理学(2)	演劇(2) 古典日本文学(2) 日本の文化(2) 音楽史(2) 社会思想史(2) 東アジア文化論(2) 宗教学(2) 美術史(2)	カウンセリング心理学(2) 教育学(2) 心理学入門(2) Film Studies (2) 海外短期文化研修 I (2) 海外短期文化研修 II (2) 海外長期文化研修(4)	
	社会科学	観光文化論(2) 国際関係論(2) 商業と倫理(2) 日本政治史(2) グローバル・アジア論(2) ジェンダー論(2)	Global Studies (2) 質的調査法(2) 政治学入門(2) 文化人類学(2) 経済と社会(2) 社会学(2)	現代社会と宗教(2) 社会調査法(2) 地理学と社会(2) 民俗学(2) 生活環境論(2) 福祉論(2)	日本国憲法(2) 社会ネットワーク論(2) 日本現代社会論(2) 世界の紛争と平和(2) 法学(2)	
	自然科学	宇宙科学(2) 環境と倫理(2) 情報と倫理(2) 生命と倫理(2) エネルギー論(2)	化学(2) コーチング論(2) スポーツ科学(2) 地球環境論(2) 健康科学(2)	科学技術史(2) 自然科学入門(2) 生物学入門(2) 統計学入門(2) 数学(2)	数と計算(2) 自然地理(2) 生物と機能(2) 物理学(2) 地球科学(2)	
CUC 基盤教育科目群	外国語科目	英語(A) I (2) 英語(B) I (2) 英語(C) I (2) 英語(A) II (2) 英語(B) II (2) 英語(C) II (2) 基礎英語 I (2) 基礎英語 II (2) スポーツ英語(2) ビジネス英語 I (2) ビジネス英語 II (2) ビジネス英語 III (2) 中級英語 I (2) 中級英語 II (2) 中級英語 III (2) プレゼンテーション英語(2)	ドイツ語(A) I (2) ドイツ語(B) I (2) ドイツ語(C) I (2) ドイツ語(A) II (2) ドイツ語(B) II (2) ドイツ語(C) II (2) ドイツ語 I (2) ドイツ語 II (2) ドイツ語 III (2) ドイツ語 IV (2) フランス語 I (2) フランス語 II (2) フランス語 III (2) フランス語 IV (2)	フランス語(A) I (2) フランス語(B) I (2) フランス語(C) I (2) フランス語(A) II (2) フランス語(B) II (2) フランス語(C) II (2) 基礎中国語会話 I (2) 基礎中国語会話 II (2) 基礎中国語文法 I (2) 基礎中国語文法 II (2) 中級中国語 I (2) 中級中国語 II (2) 上級中国語 I (2) 上級中国語 II (2)	中国語(A) I (2) 中国語(B) I (2) 中国語(C) I (2) 中国語(A) II (2) 中国語(B) II (2) 中国語(C) II (2) スペイン語 I (2) スペイン語 II (2) スペイン語 III (2) スペイン語 IV (2) 韓国語 I (2) 韓国語 II (2) 韓国語 III (2) 韓国語 IV (2)	
	情報科目	必修	情報入門(2)			
		選択	情報実践(2)	ICT 基礎(2)	Web 基礎(2)	プログラミング基礎(2)
	簿記会計科目	選択	会計学への扉(2) 簿記特講(4)	税理実務研究 I (2) 税理実務研究 II (2)	経理実務入門(2) 税務実務入門(2)	
	体育科目	選択	基礎体育学実習(1) 体育学実習 I (1)			
	キャリア科目	選択	キャリアデザイン(2) 雇用と労働の法律(2)	企業研究(2) 職業・業界研究(2)	ビジネス探究(2) ホスピタリティ実践(2)	マナー・ディスカッション(2)
					インターンシップ(2) 就業力実践(2)	
	日本語関連科目	選択	文章表現(2) *日本語聴解 I (2) *日本語聴解 II (2) *日本語聴解 III (2)	*日本語読解 I (2) *日本語読解 II (2) *日本語読解 III (2)		

(注) 1. 海外短期文化研修 I、II、海外長期文化研修は、協定校に語学研修または交換留学した者が履修できる科目です。
2. *印の日本語聴解 I～III・日本語読解 I～IIIは留学生のみの配当です。

サービス創造学部科目

区分		第1年次 科目(単位)	第2年次 科目(単位)	第3年次 科目(単位)	第4年次 科目(単位)		
サービス企業科目群	セミナー科目	選択必修		サービス企業セミナー 1B(2) 企業実践知応用 1 (1)	企業実践知応用 2 (1)		
		選択	サービス企業セミナー 1A(2)	サービス創造実践 3A (2)			
	実践科目	必修	プロジェクト入門(2)				
			選択	調査法(2) ビジネスハートソフ論(2) メディアコミュニケーションズ 1 (2) メディアコミュニケーションズ 2 (2)	インタビュー法(2) サービス体験デザイン論(2) Service Communication (2) American Pop Culture (2)	Effective Questioning Skills in Service (2) Positive Self Presence in Service (2) 英語と日本語でクラウドファンディング (2) ビジネスリアルコミュニケーションデザイン論(2)	
サービス創造科目	入門	必修	サービス創造入門(2)				
		選択	サービス創造入門 2(2)				
	基幹	選択必修	サービスマネジメント論(2)				
		選択		サービスマーケティング論(2)			
	展開	選択	必修	フィットネスサービス論(2)	旅行レジャーサービス論(2)	ブライダルサービス論(2)	スポーツ・エンターテインメントサービス論(2)
			選択		観光政策サービス論(2) 小売・流通サービス論(2) 物流サービス論(2) 金融サービス論(2)	交通宿泊サービス論(2) 外食サービス論(2) ファッションサービス論(2)	健康サービス論(2) 空間サービス論(2) 情報サービス論(2)
		選択	プロフェッショナル・アカウンティング サービス論(2)				
	専門科目群	入門	必修	経営学入門(2)	マーケティング入門(2)		
			選択	経済学入門(2)	アカウンティング入門(2)		
		アカデミックコモン科目	基幹	必修	経営組織論(2) 企業論(2) 経営戦略論(2)	経営管理論(2) 消費者行動論(2) マーケティング戦略論 1 (2)	簿記入門(2) 情報処理(2) プログラミング 1 (2)
選択					経営情報論(2) 中小企業論(2) マーケティング戦略論 2 (2) マーケティング戦略論 3 (2) 広告論(2) 経営革新論(2) ベンチャービジネス論(2) 経営学理論の応用(2) 経営哲学(2)	マーケティングケースイカッション 1 (2) マーケティングケースイカッション 2 (2) マーケティングコミュニケーション論(2) マーケティングリサーチ(2) 流通論(2) ロジスティクス論(2) 企業会計制度(2) 財務分析(2) 管理会計論(2)	情報システム(2) プログラミング 2 (2) サービスと情報通信技術 1 (2) サービスと情報通信技術 2 (2) サービスとデータマイニング (2) ミクロ経済学(2) 行動経済学(2) 現代ビジネス論 2 (2) 現代ビジネス論 3 (2)
選択			企業財務論(2) 企業価値評価(2) 内部監査論 (2)	経営学ケースイカッション(2) 内部統制評価(2) プログラミング 3(2)			
研究科目群	必修	研究入門(2)	研究 2(2)	研究 3A(2) 研究 3B(2)	研究 4A(2) 研究 4B(2) 卒業研究(4)		

注 1. 上記科目以外に「特別講義」として開講する科目があるので、告示に注意してください。
 2. 開講学期は年度により変わることがあります。また、事情により当該年度は不開講となる科目もあるので、いずれも告示を確認してください。

