

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

サービス創造とは、便利さ、快適さ、楽しさなどを生み出し、人や社会の幸福に貢献する活動です。私たちの暮らしは、多様なサービス業によって支えられており、現代はまさにサービス社会だと言えましょう。サービス社会では、サービス業界に限らず、ビジネスに関するすべての活動にサービス創造が求められており、その成功はサービス創造の視点や発想の優劣に大きく関わっています。

こうした時代の要請に応じて、サービス創造学部は、あらゆるビジネスの活動にサービス創造の視点を織り込み、豊かなサービスマインドと高度なサービス思考力を備え、他者と協働しながら新たなビジネス社会において活躍する人材の育成を目指します。

つまり・・・

Q：サービス創造ってなに？

A：「便利さ」「快適さ」「楽しさ」といった「目に見えない価値」を生み出すことです。

Q：サービス創造は、サービス業界にだけ必要なの？

A：サービス業界の企業だけでなくメーカーでも大事なことです。なぜなら、すべての製品は消費者が「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」－サービスの場合：お掃除サービスを頼んで部屋をきれいにしてもらおう
－製品の場合：お掃除ロボットのおかげで掃除が楽になった
「快適さ」－サービスの場合：マッサージを受けると体が癒される
－製品の場合：マッサージ機能付きソファで家でも気軽に体がほぐせる
「楽しさ」－サービスの場合：遊園地で思いっきり楽しんだ
－製品の場合：携帯用ゲーム機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。お客様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。

Q：学部で何を学ぶの？

A：大きくは「サービスマインド」と「サービス思考力」の2つです。

Q：「サービスマインド」って？

A：サービス創造＝便利さ・快適さ・楽しさを生み出す大切さを理解する気持ちです。

Q：「サービス思考力」って？

A：「便利さ・快適さ・楽しさ」を生み出すためのチカラです。具体的にはアイデアの発想力、アイデア実現のための計画力、アイデア実現のための実行力などです。

Q：サービス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：普通の大学と違うのは「学問」だけではない点です。「企業」や「活動」からも積極的に学び、理論だけでなく、その理論を活かすチカラを身に付けます。これを本学では「3つの学び」と呼んでいます。

「学問から学ぶ」：サービス創造のアイデアを発想するベースの知識を学びます。具体的には、サービス、経営学、マーケティング、会計、情報、経営学などの分野です。

「企業から学ぶ」：サービス創造を実現するには現場を知る必要があります。そこで、学部で協力してくれる「公式サポーター企業」の方々から現場の話がたくさん聞きます。加えてのインターンシップに参加をすることもあります。

「活動から学ぶ」：教員や公式サポーター企業のサポートを受けながら、学生自身が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、実現するための学内プロジェクトを自主的に立ち上げることも可能で、それも単位として認められます。

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、研究を推進します。

2. サービス創造学部の人材育成

本学部では、次のような人材の育成を目的としています。

- (1) サービス経済化社会を先取りする多様なサービス分野で活躍し、将来、管理者や経営者になり得る人材
- (2) サービス分野で社会が求める新たなサービスを創造し、それを起業化できる人材

3. サービス創造学部の3つの学び

本学部における3つの学びとは、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」に分類されます。この3つの学びによってサービスを多面的に捉え、複合的な効果を実現することを目的としています。

4. 公式サポーター企業

本学部は、各サービス分野でわが国を代表する次の企業と密接な連携協力体制を構築しています。これを「公式サポーター企業」と呼称します。公式サポーター企業の方は、企業見学の受け入れ、ゲストスピーカーとして授業に参加、プロジェクト実践の支援、インターンシップの受け入れなど、みなさんに現実性と臨場感のある魅力的な教育を提供する大きな役割を果たしてくれます。

公式サポーター企業の方は、みなさんを一人の大人として接しますので、失礼のない態度を心がけてください。

【公式サポーター企業一覧】 60社

(2020年2月10日現在、50音順)

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	(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)乃村工芸社
	(株)ハウスメイトパートナーズ
健康サポート	(株)三井住友銀行
	(医)鉄蕉会亀田メディカルセンター
小売・流通・物流	セントラルスポーツ(株)
	(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)メガスポーツ
情報・通信	ヤマト運輸(株)
	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)
	ALSOKビルサービス(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
ファッションサービス	三菱ケミカルアクア・ソリューションズ(株)
	(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、専門的な知識・技能、教養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。

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。

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。

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も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 2020 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、これらの知識を習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年次では下記科目の履修修得が推奨されています。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1」

「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2」

「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習得します。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、財務会計、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もつながります。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

次の科目は、単位認定しますので、告示にて提示する指定された期間に、各合格証書の本書を教務課に提出してください。また、単位認定された科目は、履修登録をすることができません。

ア. 「簿記入門」

全国商業高等学校協会主催の簿記実務検定試験2級以上合格者、全国経理教育協会主催の簿記能力検定2級以上合格者、日本商工会議所主催の簿記検定3級以上合格者を対象とします。

イ. その他、特定の要件により単位認定する科目がありますので、告示に注意してください。

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(一部学部によっては選択科目を含む)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】27 ページを参照してください。

《対象科目》

情報入門・サービス創造入門・経営学入門・マーケティング入門・プロジェクト入門・
研究科目(研究入門、研究2、研究3 A・3 B、研究4 A・4 B・卒業研究)・
プロジェクト実践2 A～2 F・プロジェクト実践3 A～3 C

(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、対象科目は以下の通りです。

《対象科目》

情報入門・経営学入門・マーケティング入門・プロジェクト入門

(3) ステップアップ科目について

ステップアップ科目とは該当科目の履修にあたり、指定科目の単位修得等の条件があるものです。対象科目は下表の通りです。

ア 単位修得に関わらず、Aの科目を履修した翌学期以降に、Bの科目を履修することができる。

A	B
研究入門	研究2
研究2	研究3 A
研究3 A	研究3 B
研究3 B	研究4 A
研究4 A	研究4 B
研究4 A	卒業研究

イ Aの科目を単位修得していればBの科目が履修できる。

A	B
アカウンティング入門	企業会計制度
	企業財務論
	財務分析
企業会計制度	内部監査論
内部監査論	内部統制評価
情報入門(基盤教育科目)	情報処理

(4) 履修上限外科目

各学期の履修条件は原則 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。

≪対象科目≫

卒業研究

(5) 集中授業の履修について

集中授業を特定の期間に実施する場合があります。集中授業の科目、実施期間等は、告示を確認してください。

3 学部の特徴ある教育

(1) 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 (2019年度以降入学者適用)

基盤教育科目

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	人文科学	選 択	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)					
社会科学	選 択	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)	海外短期文化研修Ⅰ(2)						
		音楽史(2)	社会思想史(2)	東アジア文化論(2)	海外短期文化研修Ⅱ(2)						
自然科学	選 択	カウンセリング心理学(2)	宗教学(2)	美術史(2)	海外長期文化研修(2)						
		教育学(2)	心理学入門(2)	Film Studies(2)							
		観光文化論(2)	国際関係論(2)	商業と倫理(2)	日本政治史(2)						
CUC基盤教育科目群	外国語科目	選 択	グローバル・アジア論(2)	ジェンダー論(2)	生活環境論(2)	福祉論(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)	世界の紛争と平和(2)	法学(2)					
情報科目	必 修 選 択	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)						
		日本国憲法(2)	社会ネットワーク論(2)	日本現代社会論(2)							
		宇宙科学(2)	環境と倫理(2)	情報と倫理(2)	生命と倫理(2)						
簿記会計科目	選 択	エネルギー論(2)	健康科学(2)	数学(2)	地球科学(2)						
		化学(2)	コーチング論(2)	スポーツ科学(2)	地球環境論(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)						
キャリア科目	選 択	数と計算(2)	自然地理(2)	生物と機能(2)	物理学(2)						
		英語(A)Ⅰ(2)	ドイツ語(A)Ⅰ(2)	フランス語(A)Ⅰ(2)	中国語(A)Ⅰ(2)						
		英語(B)Ⅰ(2)	ドイツ語(B)Ⅰ(2)	フランス語(B)Ⅰ(2)	中国語(B)Ⅰ(2)						
日本語関連科目	選 択	英語(C)Ⅰ(2)	ドイツ語(C)Ⅰ(2)	フランス語(C)Ⅰ(2)	中国語(C)Ⅰ(2)						
		英語(A)Ⅱ(2)	ドイツ語(A)Ⅱ(2)	フランス語(A)Ⅱ(2)	中国語(A)Ⅱ(2)						
		英語(B)Ⅱ(2)	ドイツ語(B)Ⅱ(2)	フランス語(B)Ⅱ(2)	中国語(B)Ⅱ(2)						
簿記会計科目	選 択	英語(C)Ⅱ(2)	ドイツ語(C)Ⅱ(2)	フランス語(C)Ⅱ(2)	中国語(C)Ⅱ(2)						
		基礎英語Ⅰ(2)	ドイツ語Ⅰ(2)	基礎中国語会話Ⅰ(2)	スペイン語Ⅰ(2)						
		基礎英語Ⅱ(2)	ドイツ語Ⅱ(2)	基礎中国語会話Ⅱ(2)	スペイン語Ⅱ(2)						
簿記会計科目	選 択	スポーツ英語(2)	ドイツ語Ⅲ(2)	基礎中国語文法Ⅰ(2)	スペイン語Ⅲ(2)						
		ビジネス英語Ⅰ(2)	ドイツ語Ⅳ(2)	基礎中国語文法Ⅱ(2)	スペイン語Ⅳ(2)						
		ビジネス英語Ⅱ(2)	フランス語Ⅰ(2)	中級中国語Ⅰ(2)	韓国語Ⅰ(2)						
簿記会計科目	選 択	ビジネス英語Ⅲ(2)	フランス語Ⅱ(2)	中級中国語Ⅱ(2)	韓国語Ⅱ(2)						
		中級英語Ⅰ(2)	フランス語Ⅲ(2)	上級中国語Ⅰ(2)	韓国語Ⅲ(2)						
		中級英語Ⅱ(2)	フランス語Ⅳ(2)	上級中国語Ⅱ(2)	韓国語Ⅳ(2)						
簿記会計科目	選 択	中級英語Ⅲ(2)									
		プレゼンテーション英語(2)									
		情報入門(2)									
簿記会計科目	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)						
		会計学への扉(2)	税理実務研究Ⅰ(2)	経理実務入門Ⅰ(2)							
		簿記特講(4)	税理実務研究Ⅱ(2)	経理実務入門Ⅱ(2)							
簿記会計科目	選 択	基礎体育学実習(1)									
		体育学実習Ⅰ(1)									
		キャリアデザイン(2)	ビジネス探究(2)	インターンシップ(2)							
簿記会計科目	選 択	雇用と労働の法律(2)	ホスピタリティ実践(2)	就業力実践(2)							
		企業研究(2)	マナー・ディスカッション(2)								
		職業・業界研究(2)									
簿記会計科目	選 択	文章表現(2)	*日本語聴解Ⅰ(2)								
		*日本語読解Ⅰ(2)	*日本語聴解Ⅱ(2)								
		*日本語読解Ⅱ(2)	*日本語聴解Ⅲ(2)								
簿記会計科目	選 択	*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. *印の日本語読解Ⅰ～Ⅲ・日本語聴解Ⅰ～Ⅲは留学生のみの配当です。

サービス創造学部科目

科目区分		必選区分	1年		2年		
			春	秋	春	秋	
サービス企業科目群	科目	選択必修			企業実践知応用1(1)★ 企業実践知応用2(1)★	サービス企業セミナーIB(2)	
		選択		サービス企業セミナーIA(2) サービス創造実践3A(2)	サービス創造実践1B(1)★ サービス創造実践1C(1)★ サービス創造実践3B(2)	サービス創造実践1A(1)★ サービス創造実践1D(1)★ サービス創造実践4A(2)	
	実践科目	必修		プロジェクト入門(2)			
		選択	調査法(2) ビジュアルコミュニケーションデザイン論(2) サービス体験デザイン論(2) インタビュー法(2) メディアコミュニケーション1(2) Service Communication(2) ビジネスパーソンシップ論(2)	メディアコミュニケーション2(2) American Pop Culture(2) Effective Questioning Skills in Service(2) Positive Self Presence in Service(2) 英語と日本語でクワッドマーケティング(2)	プロジェクト実践2A(2)★ プロジェクト実践2C(2)★ プロジェクト実践2E(2)★	プロデュース論(2) プロジェクト実践2B(2)★ プロジェクト実践2D(2)★ プロジェクト実践2F(2)★	
				プロジェクト実践3A(4)★ プロジェクト実践3B(4)★ プロジェクト実践3C(4)★			
				プロジェクトマネジメント(2) ビジネスリテラシー(2)			
専門科目群	サービス創造科目	入門	必修 選択	サービス創造入門(2) 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)		サービスマーケティング論(2)
			選択			サービスの人的資源管理論(2) サービス創造ケースディスカッション(2)	
		展開	選択	フィットネスサービス論(2)	旅行レジャーサービス論(2) プ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)	観光政策サービス論(2) 外食サービス論(2) 健康サービス論(2) 空間サービス論(2) 小売・流通サービス論(2)	交通宿泊サービス論(2) ファッションサービス論(2) 物流サービス論(2) 情報サービス論(2) 金融サービス論(2)
	入門		必修 選択	経営学入門(2) マーケティング入門(2)		アカウントング入門(2)	
	アカデミック 共通科目	基幹	選択		経済学入門(2)		
			選択	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) マーケティング戦略論2(2) 簿記入門(2) 情報処理(2) プログラミング1(2) 現代ビジネス論1(2)	経営情報論(2) 中小企業論(2) マーケティング戦略論2(2) 広告論(2) マーケティングケースディスカッション1(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) ミクロ経済学(2) 情報システム(2) プログラミング2(2) 現代ビジネス論2(2) サービスと情報通信技術1(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) マーケティング戦略論3(2) マーケティングケースディスカッション2(2) ロジスティクス論(2) 行動経済学(2) 企業会計制度(2) 財務分析(2) 管理会計論(2) サービスとマーケティング(2) サービスと情報通信技術2(2) 現代ビジネス論3(2)	
			必修	研究入門(2)			研究2(2)
			必修	研究入門(2)			研究2(2)

科目区分		必選区分	3年		4年		
			春	秋	春	秋	
サービス企業科目群	科目	選択必修					
		選択	サービス企業セミナー1C(2)				
	実践科目	必修					
		選択					
専門科目群	サービス創造科目	入門	必修 選択				
		基幹	選択必修				
			選択				
	展開	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)				
	アカデミック 共通科目	入門	必修 選択				
		基幹	選択	企業財務論(2) 企業価値評価(2) 内部監査論(2)	経営学ケースディスカッション(2) 内部統制評価(2) プログラミング3(2)		
研究 目録群		必修	研究3A(2)	研究3B(2)	研究4A(2)	研究4B(2) 卒業研究(4)	

(2019年12月10日現在)

- 注1. 科目名称後の()内は、単位数です。
 2. 科目名の後ろに「★」と記載がある科目の開講期及び実施方法は、シラバス及び時間割を確認してください。
 3. 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。
 4. 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。

