科目名 (Eng)	ビジネスセミナー(Business Seminar)								
担当教員	ビジネスコミュニケーション学専攻担当教員								
対象学年等	学科・専攻	学年	授業期間	区分	単位数	時間数	分野	形態	学修単位科目
	ﾋﾞｼﾞﾈｽｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝ学専攻	1	通年	必修	2	(60)	専門	C	○
目標基準との対応	福島高専の教育目標との対応:(B-4-経)								
	修了時に身に付けるべき学力や資質・能力との対応:2)								
	JABEE基準1(1)との対応:d(4)								
授業の概要と方針	本専攻の担当教員のもと、2年間にわたり、同一のテーマについて文献調査、調査、討論等の能動的実践を通して、創造的な研究開発能力を育成する。								
到達目標	実践的ビジネスマンとして相応しい専攻科修了論文を作成する。①新たな課題に取り組み、問題解決に向けて自主的に計画を立案できる。②研究を継続しステップアップできる能力を身につける。③調査、分析結果を論文にまとめる能力を身につける。④中間発表会や学会等で論理的なプレゼンテーションができる。								

授業計画

1. 坪井晋也①テーマ　流通企業の経営的研究　②内容　これまで、流通企業を対象とする研究は、主に流通、マーケティングの研究領域において議論されてきた。新たな視点として、経営的側面からの分析、検討を試みる。
2. 渡部美紀子①テーマ　企業評価に関する研究　②内容　企業の安全性，収益性，活性度，発展性，キャッシュフロー等の財務的観点からの分析に，財務数値以外のデータも考慮に入れて，企業を総合的に評価することを目的とする。
3. 芥川一則①テーマ　地域の特性を考慮した地域政策に関する研究　②内容　地方への権限委譲が進むなか、地域特性を考慮した地域振興策が求められている。地方政府が地域進行策に投資する場合のその方法と効果について検討する。
4. 松平好人①テーマ　組織的知識創造プロセスの研究　②内容　1)知識創造を扱う経営学の最新の基礎理論である知識経営論を学ぶ。加えて、知識はどのように創造されるのかの知識創造理論も学ぶ。その上で、企業の知識創造プロセスを研究する。2)知識創造プロセスを促進する要因について研究する。これまでの知識経営論の先行研究を踏まえ、知識創造 の促進要因の基本を理解する。
5. 松本行真①テーマ　1)業界・企業の競争に関する研究2)商品・ブランド戦略に関する研究3)地域活性化に向けた手法・枠組みに関する研究《1)～3)から1つを選択》　②内容　1)と2)については各社の事例収集を行い、マーケティングのフレームに従い分析を行う。。3)についてはいくつかの視点があり、例えばマーケティング的なアプローチや社会学的なアプローチがある。。1)～3)いずれにおいても「事例収集・調査」→「分析」→「提案または予測」のプロセスを学ぶことを目的とする。
6. 湯川 崇①テーマ　3Dコンピュータグラフィックスに関する研究　②内容　2010年は3D元年と呼ばれ、現在3Dに関する技術が商品化されているが、3Dコンテンツの作成には多大な時間と労力を要する。本研究は3Dの普及の鍵となるコンテンツ作成の効率化を目的とする。
7. 米本　清①テーマ　公共経済学に関する研究　②内容　公共経済学の観点から、都市・地域政策および地方財政、意思決定、住民の厚生に関わる基礎理論を学習する。
8. 成島康史①テーマ　数理的意思決定手法に関する研究　②内容　経営工学や生産工学分野で発生する意思決定問題に対する数理的手法を扱う分野であるオペレーションズ・リサーチに関する研究を行う。特に、モデルの改良、手法の改良、応用例に関する分析のうちいづれかを選択し研究を行う。

試験について	
評価方法	研究の成果、報告書の成績、発表会の内容等を総合して評価する。
教科書	
参考書	
関連科目	
履修上の注意	担当教員に分かれてセミナーを行う。