

「経営と会計コース」の紹介

(Course of Business and Accounting)

1. 教育目的

- 現代経営の各論(航海)について学ぶ
- 企業活動を取り巻く慣行・制度(海図)について幅広く学ぶ
- 「科学的な課題処理」に不可欠な種々のデータ分析と解決策を絞る評価(他船の動きや波高・風向・潮汐等の解析), そうした技術(操舵の裏付け)を身につける

2. カリキュラムの特徴

現代経営の各論(航海)について学ぶ

- 各論の科目

経営管理論, 企業ファイナンス, 経営組織論, 経営戦略論, 国際経営論,
労務管理論, マーケティング

- これらは、主として企業活動の舵取りをする経営者・管理者の視点から構築される。

①現代経営の各論の内容

- 経営管理論

組織はいかに活動するのか、組織を構成する人を動かすのは何か、事例を交えつつ解説する。

- 企業ファイナンス

企業経営における資本の調達と運用を、「キャッシュ・フロー」、「時間」、「リスク」の概念を中心にして考察する。

①現代経営の各論の内容

- **経営組織論**

組織が成り立つメカニズムや組織の運営や変革に関する経営施策について理解する。第1に、組織とは何かについて。第2に、組織の形について、どういった形の組織を設計することが、企業の目標達成に繋がるかを理解する。第3に、組織の運営について学習する。第4に、組織の活性化について学習する。

- **経営戦略論**

変化する環境における企業行動の指針として、経営戦略はいかに策定され、どのようなプロセスで実行されるのか等の問題に関して理解を深めることを目標とする。

①現代経営の各論の内容

- 国際経営論

In this lecture, the students will study the motivations of international business firms, the theories of international trade and foreign direct investments and their influence on the firms' international operations and strategic choices.

- 労務管理論

人的資源を活用する方法や労働条件およびその決定方法を論じる学問領域である。企業経営における一定の貢献、法令(特に労働法)遵守、海外進出における労働力調達など、幅広い職務を取り扱う。

- マーケティング

マーケティングは、顧客の潜在欲求を捉えながら製品の個別市場を創造していく企業活動である。本講義では、企業事例や演習、グループディスカッションを通じて、マーケティングに関する理解を深める。

企業活動を取り巻く慣行・制度（海図） について学ぶ

- 企業活動を取り巻く慣行・制度の科目
経営史, 企業論, 中小企業論, 会計制度論, 財務会計論, 現代会計論,
商法, 民法, 租税法
- これらは**企業活動を制御または促進・支援する慣行や制度のなりたちや
仕組み**と関係する。

②企業活動を取り巻く慣行・制度の内容

- 経営史

主に米国を対象として、17世紀初からの企業に関する様々な歴史を取り上げる。米国の歴史的背景、時代ごとの特徴、経営史の重要なテーマを通史で考えていく。

- 企業論

現代社会において極めて大きな機能を果たしている企業について、その生存のメカニズムを学ぶ。

- 中小企業論

大企業との比較を意識しながら、中小企業・ベンチャー企業の特徴を学び、長崎県、日本、そして世界における中小企業・ベンチャー企業の位置づけを考える契機にしたい。

②企業活動を取り巻く慣行・制度の内容

- 財務会計論

簿記の知識を前提として、財務会計全般の基礎の基礎について講義する。

- 現代会計論

本講義は、簿記及び財務会計論の発展科目として位置づけられる。

連結会計、税効果会計等で用いられる用語を理解し、基本的な会計処理(仕訳や計算)をすることができるようになる。

- 会計制度論

国際会計基準導入に関する時事問題について独自の見解をもつための基礎知識を習得する。

②企業活動を取り巻く慣行・制度の内容

- 商法

本講義は、商法(商法総則・商行為)、会社法に関する基本的知識を提供する。

- 民法

本授業では、民法財産法分野(総則・物権)における基本的法知識と体系的理解の習得を目的とする。授業は講義形式で実施する。

- 租税法

我が国の税制や税法解釈における様々な論点(主に所得税関連)のうち、基礎的なものについて解説する。

状況分析と意思決定のツール(操舵の裏付け) について学ぶ

- 状況分析と意思決定のツールの科目
マーケティング・リサーチ, 経営情報論, 経営情報システム論, オペレーションズ・リサーチ, 数理計画法, 意思決定論, 応用数理, 経営情報処理, 管理会計論, 原価計算論。
- これらは, 対処すべき具体的な問題に対して, **データ分析, 代案の列挙と評価から成る, 科学的な意思決定に欠かせないツール**を構成する。

③状況分析と意思決定のツールの内容

- マーケティング・リサーチ

本講義では市場を把握するための調査手法と手段について学ぶ。実際の企業ケースや、リサーチ手法を中心に講義を行う。

- 数理計画法

数理計画法の中で、とくに線形計画法、多目的計画法の基礎理論と算法(解を求めるためのアルゴリズム)について学ぶ。

- 意思決定論

意思決定は経営をはじめ問題解決を必要としているすべての人々にとって重要な中心的課題である。本講義では、科学的・合理的・定量的アプローチによる意思決定を目指す経営科学的意思決定について学ぶ。

③ 状況分析と意思決定のツールの内容

- 経営情報論

経営においても情報の収集と分析による科学的な意思決定は、今日の経営組織のさまざまな活動に不可欠で、最も重要な経営資源となっています。その役割、現状および今後の方向性が総合的に理解できるようになる。

- 経営情報システム論

経営においても経営情報システムは常に進化を続けており、今日の経営組織のさまざまな活動に不可欠で、且つ最も重要な経営資源となっている。その役割、現状および今後の方向性が総合的に理解できるようになる。

- オペレーションズ・リサーチ

科学的意思決定手法であるオペレーションズ・リサーチの基礎を学び、経営課題に対してそのモデルを適用・分析できるようになる。

③状況分析と意思決定のツールの内容

- 応用数理

自然現象・社会現象・経済現象の法則や仕組みを解明し、将来を予測するための手段として、数理モデルを作成して考察するという方法がある。この講義では、データをどのように加工することで法則を見だしモデル構築へとつなげるか、具体的事例を基に学習する。

- 経営情報処理

情報通信技術の原理・仕組みを理解し、デマや詐欺行為への関与や被害を適切に回避できる人材の育成を目的とする。

③状況分析と意思決定のツールの内容

- 管理会計論

企業外部の利害関係者のための会計である財務会計と、経営者・管理者が該当する企業内部の利害関係者のための会計である管理会計に大別される。

経営者・管理者という企業内部の利害関係者のための会計である管理会計は、経営者・管理者が行う経営管理上の問題解決に役立ち、それらを支援するものでなければならない。

- 原価計算論

なぜ原価計算を学習する必要があるのでしょうか？それは原価計算の仕組みを理解していないと、システムよりアウトプットされた情報が持つ意味がわからないので、システムの改善はもちろんのことそれを原価管理などに役立てることは困難である。なお原価計算論は、管理会計論を学ぶ上で基礎となる科目である。

3. キャリア・プラン・モデル

卒業後の進路に応じた学習姿勢。

①民間企業や各種の団体

- 専門知識，それ以外の知識や教養を幅広く，またバランスよく，日常生活の中で，たとえば，部・サークル，バイトのなかで，学習した経営や会計の知識を応用して，実践感覚を培う。

②資格取得（公認会計士，税理士，国税専門官， 中小企業診断士など）

- 経済・法律などの知識を，まず「覚え」てしまう。実践的に「考える」場面に直面すると，知識は次第に体系化され体得できる。

③ マーケター／アナリスト／コンサルタント

- 具体的な問題を、勘や目の子ではなくデータに基づいて分析する。手法には、定量(量的)と定性(質的)があるが、それらの特性や長所・短所は具体的な分析を実習(演習)するとわかってくる。

④研究者／進学

- 現実からの要請と、学術上の位置、両面から研究テーマを明確にする。
ゼミで発想や構想のセンスを磨きつつ、方法論を知る。
大学院進学には、(1)研究計画、(2)「語学」(米国ETSによるTOEFLなど)、(3)専門知識、が必須である。