実務家教員担当科目リスト（2026年度）

【事業創造学部　事業創造学科】　　　　学校法人　新潟総合学院　　開志専門職大学

No.	科目名	配当年次	単位数	科目群	履修区分	講義等の内容
1	基礎ゼミ	1	2	基礎科目	必修	本授業は、本学での充実した大学生活を過ごすことを目的に、大学の仕組みや設備を理解した上で、大学生活に必要な学習方法や各Officeツールなどの技術、学内外の多様な人や組織と接する上で必要なコミュニケーション方法やマナーを修得する。少人数でのグループ活動を含み、能動的な学修を主体とし、議論や発表の方法を修得する。
2	事業計画策定総合実習	4	4	総合科目	必修	新規事業開発の専門職業人として、実践的かつ応用的な能力を総合的に高めるために、職業専門科目を中心に身に付けた知識・技能を統合した解決力・創造力を身に付けるための総合的な実習を実施する。具体的には、事業開発についての調査や分析を行い、その結果を基に、地域産業の振興のための具体的な事業計画の考案から実現方策の立案までを実践的に学修する。また、指導教員との議論や学生同士の討議、共同作業等を通して、コミュニケーション能力やディベート力、プレゼンテーション能力の向上を図る。
3	マーケティング	1	2	職業専門科目	必修	マーケティングは「売れる仕組み」、「売れ続ける仕組み」を作ることであることについて解説したうえで、基本的なマーケティング用語について理解する。そのうえで、マーケティングの基本概念及び環境分析・戦略立案・施策立案の理論的フレームワークについて学修するとともに、マーケティングの代表的な戦略理論について考察する。
4	企業内実習Ⅲ	3	11	職業専門科目	必修	実習先企業の事業内容、社会的役割を理解し、業務現場の見学やヒアリング、実際の業務体験を通して自社の事業状況、自社の強みや弱みを把握し、 業界事情の分析、市場の分析、競合他社の分析、社会環境の分析を踏まえて、実習先企業の抱える課題を認識し、課題の解決のための方策を考察する。 この際、課題抽出のため、ここまでに学んだ経営戦略や経営組織の理解、マネジメントの理解、会計・財務に関する理論を総合的に活用し、 課題解決策を企画提案書としてまとめ、実習先企業へのプレゼンテ－ションを体験することで、地域産業の振興や活性化を推進するための創造的な能力と実践的な態度を身に付ける。加えて、実習を自身の将来やキャリアを意識しながら取り組み、実習での経験を今後に活かしていくことを期待する。
5	企業内実習Ⅱ	2	9	職業専門科目	必修	職業人としての基本的なビジネススキルを身に付けたうえで、組織（企業、自治体など）における実務を経験する。 実習先において、マーケティング視点で企画を立案し、実行計画を提案する。 実習を通じて、地域の魅力や社会課題を認識し、その改善に向けた提言を行う。
6	インタビューリサーチ入門	2	2	職業専門科目	必修	ビジネスにおいて、商品や提供するサービス良否確認、商品・サービス開発における実現可能性や事業開発(プロジェクトなど)、起業しようとする事業の有効性や成長可能性を判断するために、公表されている調査結果や市場データ、加えて消費者(既存顧客、潜在顧客)等からデータを収集し、かつ整理した上で活用することが求められる。 情報収集の方法として、インターネットからの情報収集、対面やオンラインによるインタビューやアンケートなどがある。本講座では、情報収集にあたり、公的統計データの活用、インタビューやアンケートにおける質問内容および項目、収集した情報の整理・分析方法を学び、マーケティングに活用できる知識を習得する。講義での取組みとして、外部識者（企業の担当者、行政等の職員）の講義、グループワークでのディスカッションなどを実施する。情報収集やその整理方法、インタビューやアンケートの実施に必要な設計の方法や要件確認のあり方などを検討する。そして調査結果の分析や解釈の方法を学ぶことに併せて、他者が理解し得る提案とそのための方法を学ぶ。
7	地域資源活用の理論と方法	2	2	展開科目	必修	人口減少と高齢化が続く現代において、地域社会を維持するためにも地域活性化が不可欠であり、地域資源を活用した新たな商品やサービスの開発が求められるという背景がある。また、地域資源の活用において、地域ブランドの確立は深く関係する。地域に所在する企業、関係する人々には、地域資源を活用して、地域ブランドを向上させていくこと、それらの取組みと活発化によって地域活性化の担い手となることが期待されている。 本講座では、地域資源が豊富であるものの人口減少が続く新潟県に着目して地域資源の理論と方法を学ぶ。具体的には、地域資源を再確認し、その価値の向上（と付加）、その活用の方法を検討する。そして、地域活性化、地域課題の解決について考察する。具体的な取組みとして、仮想事業者が地域資源を活用して新商品または新サービスの開発を想定して、情報発信による活用を学ぶ。講義では、外部講師を招いた講義も予定する。
8	事業開発実習	3	4	職業専門科目	必修選択	商品開発実習における商品開発のプロセスや事例研究、プレゼンテーションなどの一連の学修を踏まえ、自ら発想したビジネスアイデアを事業計画として完成させる。策定した計画等に対して連携協定先である日本政策金融公庫や新潟信用金庫等金融機関（の職員、専門家）からの専門的なアドバイスを受ける。また、社会課題を解決する優れた経営事例を学修する。新規事業計画を策定する際に活用できる支援機関・専門家などのサービス機能を学修する。
9	会社設立実習	3	4	職業専門科目	必修選択	商品開発実習における商品開発のプロセスや事例研究、プレゼンテーションなどの一連の学修を踏まえ、自ら発想したビジネスアイデアを事業計画として完成させる。そしてその一部または全部を実行に移せる状況にもっていく。策定した計画等に対して実務家からアドバイスを受ける。また、社会課題を解決する優れた経営事例を学修する。新規事業計画を策定する際に活用できる支援機関・専門家のサービス機能を学修する。
10	イノベーションマネジメント	3	2	職業専門科目	必修	イノベーションの概要を理解したうえで、企業などにおいてイノベーションを促進するためにどのようなマネジメントが必要かを学修する。
11	情報リテラシー	1	2	基礎科目	必修	大学での学習活動、卒業後の職業生活や社会生活において、情報の収集、分析や資料作成等知的活動を効率的、安全に進めるために不可欠な基本的な情報処理能力を身に付けることを目的として、コンピュータやネットワークによって構築される情報環境や、基本的ソフトウエアの仕組みと活用方法、活用に当たって守るべきルール及びマナー、潜在する脅威とそこへの対応法を、演習を交えて体得・学修する。
12	会計学概論	1	2	職業専門科目	必修	企業の経営活動の重要な目的の一つに、利益の獲得がある。利益は会計学の理論に基づいて計算される。会計はビジネスの言語であり、会計学を学ぶことで、企業の経営活動の成果を数字上の裏付けをもって評価したり、企業間比較を行ったりすることを可能とする。したがって、経営学を学ぶうえで、会計学に関する知識と技法を身に付けることは不可欠である。本講義では、主に財務会計、管理会計の基礎を取り上げ、会計学全体の学問領域を俯瞰的に学習することを目的とする。本講義は以下の方針に合致している。ディプロマポリシー02「事業活動に必要となる経営管理、マーケティング、会計に関する知識と能力を有し、商品やサービスを企画・開発し、販売活動を行う能力を身に付けている。」、カリキュラムポリシー05「会計の意義と役割や目的と分類、会計の仕組みについての理解とともに、適正な会計処理を行うための能力を身に付ける科目を配置する。」

No.	科目名	配当年次	単位数	科目群	履修区分	講義等の内容
13	マネジメントアカウンティング	2	1	職業専門科目	必修	管理会計（マネジメントアカウンティング）は，企業（またはその他の組織体）を経営・管理する経営管理者が，意思決定や業績管理，業務管理などを行う際に役立つ財務的・非財務的情報を提供することを目的とする会計である。組織内部のマネージャーに対して，組織の目的や戦略を実現するために役立つ情報を認識，測定，収集，分析，作成，説明，伝達するプロセスとして活用される。企業の実務においては，組織メンバーとして組織内部で用いられる言語としての管理会計情報を理解し，それによる業務上の課題を特定，関係者同士でコミュニケーションを行い，解決へ導く能力が求められる。将来，起業家，企業人として活躍するために，管理会計に関する知識やその実践能力を身につけることは必須である。本講義では，主に管理会計の基礎的な概念や仕組みなどを学修する。特に，業績管理会計（期間計画と統制のための会計），意思決定会計（個別問題に対して将来とるべき行動を選択・決定するための会計），戦略管理会計（経営戦略の形成・実現にかかわる戦略経営のための会計）についての理解を深める。
14	トップランナー研究	3	2	展開科目	必修	本科目は、産業界における先進的な取り組み事例の考察・研究を通じて、専門職業人として必要な心構え・思考・行動指針を理解し、自己の職業観を確立する一助とするとともに、思考力・判断力・実践力の向上を目指す。授業は、先進事例を題材に指定テーマに基づくグループ討議を行い、課題の抽出・考察を経て報告書を作成し、プレゼンテーションを実施する形式で進める。全4回の取り組みのうち2回はゲスト講師を招き、学生の発表に対する講評と講演を取り入れる。学生による討議や課題抽出では、2年次までに修得した経営管理・マーケティング・会計の知識を活用し、高度な分析による報告書を作成する。本講義を通じて、専門職業人としての職業観を醸成することを目的とする。本講義は以下の方針に合致している。ディプロマポリシー2「事業活動に必要となる経営管理、マーケティング、会計に関する知識と能力を有し、商品やサービスを企画・開発し、販売活動を行う能力を身に付けている。」、カリキュラムポリシー08「経営管理、マーケティング、会計に関する知識と技術を実践的な活動を通して、総合的に応用できる能力を身に付ける科目を配置する。」
15	産業研究Ⅸ（金融）	2	2	展開科目	選択	新潟県などの地方が抱える中小企業の事業承継問題を解決する機能を担う地域金融機関の実務について理解し、事業承継の類型について知識を習得することを目的とする。この講義の学修は、本学のディプロマポリシーのうち「地域の魅力や特徴を理解し、地域の資源を活用するための知識や方法と高い付加価値を生み出すための問題や課題を解決していく能力を身に付けている」に対応している。
16	消費者行動論入門	1	2	職業専門科目	選択	消費者行動論は、消費者行動の一連のプロセスを分析するための理論や概念のまとまりである。消費者行動論入門では、「私たちがどのようにしてモノを買って使っているのか」を解き明かし、それぞれの人によって異なる多種多様な消費者行動を理解することを目的とする。この講義の学修は、本学のディプロマポリシーのうち「事業活動に必要となる経営管理、マーケティング、会計に関する知識と能力を養成し、商品やサービスを企画・開発し、販売活動を行う能力を身に付けている」に対応している。
17	商品開発実習	2	4	職業専門科目	必修	商品開発実習では、企業活動を拡大するために根幹となる商品開発のプロセスを学ぶこと通じて、事業活動に必要となる商品やサービスの企画・開発・販売活動を行う能力を身に付けることを目的にする。商品開発実習で身に付けた能力は、地域資源を活用した付加価値の高い商品を開発するために、企業に課題を提案し解決していく能力として企業内実習につながるものである。 この科目では、商品開発の基礎的知識の理解のうえ、新商品のアイディア出しから販売までのスケジュール管理を自主的かつ計画的に進めるため、グループワークで学修を進める。具体的には、資料作成からプレゼンテーションを繰り返し行うアクティブラーニングスタイルで実施する。
18	ブランドコミュニケーション	2	2	職業専門科目	選択	自社・組織の経営理念の具現化のためにも、またマーケティングの実践においても、社内外へのコミュニケーションは重要である。 企業理念やブランドの体系を理解したうえで、広報や広告宣伝といったコミュニケーション手法を事例の考察とともに学修する。
19	産業研究Ⅷ （カルチャー・エンタテイメント）	2	2	職業選択科目（旧） 展開科目（新）	選択	カルチャー・エンタテイメントビジネスに関する知識を習得させ、カルチャー・エンタテイメントビジネス分野における新たな事業を創造するための能力と態度を育てる。カルチャー・エンタテイメントビジネスの動向や課題について理解したうえで、カルチャー・エンタテイメントビジネスに関する具体的な事例の分析や考察を行う。
20	グローバル経営	3	2	職業専門科目	選択	ビジネスの海外展開、企業内での国際化はクロスボーダーで進展しており、近年、アジア新興国は急速な成長に合わせて市場・生産拠点として注目されていることについて理解する。また、グローバル展開の手法や戦略を企業の先進事例を取り上げながら考察するとともに、異文化社会における市場戦略や、組織マネジメントについて学修する。
21	現代企業論	1	2	基礎科目	必修	企業は様々な組織から構成されており、経営者含め、各組織には重要な役割がある。経営者、および経営企画、業績管理、営業、広報、人事、情報システム等の各組織の幹部としてマネジメントに一線でかかわってきた方をゲスト講師を招いての講義を受け、組織の課題や方向性について自ら考えることで学修する。
22	キャリアデザインⅠ	1	1	基礎科目	必修	社会で活躍する人材の資質を養うことを目的に行う。５つのフェーズにて構成される。 【フェーズ１：己を知る】 自分がどんな価値観で生きているのかを知らないために、他人と比較して一喜一憂してしまう。これから行動していく上で社会にとって、自分にとってもいい状態を作るためにまずは自分を知る。 【フェーズ２：社会や未来を知る】 自分が生きているフィールドを知る、生きていくフィールドを知る。自分が生きている社会がどういう社会なのか、自分の立っている社会を知る・立ち位置を知る。 【フェーズ３：自己を確立する】 自分の人生の目的を決める＝Will。そのWillに向かって進んでいく、やるべきことを知る。 言語化だけでは無く言葉が創り出す世界観を表現できるようにする。 【フェーズ４：自己を実現させる道のりを作る】 壮大なwillを実現させるためには自信が必要。そのために明日すぐできること、自分だけでできることを実行し、小さい成功体験を積んで自信をつける。 【フェーズ5：Willを掲げる】 自分の人生の目的を宣言する。宣言することで覚悟になり、仲間を作ることが出来る。 壮大なWillに向かって最初の一歩を踏み出す。 これらのフェーズで学び、行動することで、「社会で活躍する人材」となるための一歩を踏み出すことができる。
23	キャリアデザインⅡ	2	1	基礎科目	必修	他者と協調・協働して行動できる態度や他者に方向性を示し、目標を達成するために動員できる能力を養成する。集団に属しているメンバーが同じ目標を達成するために行う作業、協力、意識、行動について理解するとともに、集団や組織の場あるいは個人的な場における感情的な面も含めた人間と人間の関係について学習し、他者を理解する視点についての考察を通して、自己や自我の認識、自己と他者との関係、他者相互間の関係などの理解と人間関係の多様なあり方についての理解を深め、他者との円滑な信頼関係の構築に取り組むことができる姿勢を養う。

No.	科目名	配当年次	単位数	科目群	履修区分	講義等の内容
24	キャリアデザインⅢ	3	1	基礎科目	選択	3年次における進路形成の深化を目的とし、自己理解・社会理解・職業理解・自己表現力 を総合的に高める。実習前の段階で自身の経験・強み・価値観を整理し、社会と接続するための準備を整える。 授業では、産業理解、自己理解、社会人との対話、自己表現の演習を通して、学生が自らの進路を主体的に選択するための基盤を築く。最終的には、自身の経験・強みを整理した「自己表現書（履歴書相当）」を完成させることを目標とする。
25	企業内実習Ⅰ	1	2	職業専門科目	必修	ビジネス現場における他者との相互理解や円滑に仕事を進めるうえで信頼関係を築くことの重要性について、実際の企業現場で業務を体験することで理解し、企業活動における報告・連絡・相談の必要性や社会人としての身だしなみ・マナーについてもその能力と態度を身に付ける。実習先企業の事業内容が地域社会に果たす役割や企業人としての責任の自覚や他者と協調・協働して行動することの大切さを理解し、企業活動について考察する態度を身に付ける。
26	ソーシャルデザインⅡ	2	2	展開科目	必修	世の中で起きている社会問題に対して単に「問題」として捉えるのではなく、「なぜそのような問題が起きているのか？」や「解決した先にどんな世界が待っているのか？」など俯瞰して起きている問題を見る力を身につけ、「何を」「どうしたら」その問題がより良い方向で解決できるのかを考え、具体的なアクションプランの設計ができる力を身につける。
27	ソーシャルデザイン実習	3	2	展開科目	必修	社会問題の解決に向けたビジネスアイデアを提案する能力を養うため、地域社会、日本、世界が抱える社会問題を取り上げ、その解決策を提案する実習に取り組む。グループワークを中心としながら、実現可能性、継続性、独自性を備えた解決策（ビジネスアイデア）を考案する能力を身につける。
28	環境と企業経営	1	2	基礎科目	選択	2015年のSDGs（持続可能な開発）目標の採択、パリ協定の採択等、地球温暖化問題をはじめとする地球規模課題の解決が喫緊の課題となっている。SDGsを達成するためには政府が重要な役割を果たすが、民間企業の役割もきわめて大きい。2000年に発足した国連グローバルコンパクトに基づき、企業はESG（環境・社会・ガバナンス）経営、SDGs実現に向けた活動内容の開示等において主導的な役割を果たすことが求められている。本講義では環境問題、SDGs、ESG等における企業の役割等についての基本的理解を習得することを目的とする。
29	産業研究Ⅲ（環境）	2	2	展開科目	選択	1年次の「環境と企業経営」では環境問題及びSDG、ESGについて概括的に学んだが、2年次対象の本講義では環境問題の中でも政府、企業の関心がとりわけ高い地球温暖化問題の国際的動向、エネルギーとの関わり、温暖化防止とエネルギー安定供給確保、経済効率性の同時達成を図るためのエネルギーミックスの考え方、政府の取り組み等を学ぶ。講義の中ではビデオの視聴、体験型のボードゲームへの参加、日本を代表する企業の温暖化防止に対する取り組み等も盛り込む。
30	現代史と国際関係論	2	2	基礎科目	選択	現在の世界の国際関係は、様々な歴史的事実や出来事が複雑に入り組みながら、成立していることについて理解する。具体的には、現状の国際関係及び、これからの国際関係を理解する上で重要となる帝国主義、両世界大戦と戦後世界、ウクライナ戦争、中東情勢、米中対立、ＥＵ情勢、宗教問題、移民・民族問題、日本の地政学上の課題等について学習する。
31	ビジネスプランの基礎	1	2	職業専門科目	必修	1. ディプロマ・ポリシー 『② 事業活動に必要となる経営管理、マーケティング、会計に関する知識と能力を有し、商品やサービスを企画・開発し、販売活動を行う能力を身に付けている。』に基づく内容。 2. カリキュラム・ポリシー『起業、事業承継、企業内起業に関する知識の理解と地域産業が果たす役割や現状と課題などに関する知識を身に付ける』科目。 3. 概要 ①新商品や新サービスの事業化（身近な商品、世の中にない商品）のビジネスプランを作成するために必要な基礎的なフレームワークを学習する。 ②グループワークを通じて、自分たちのビジネスアイディアを考え、プランを作成し、発表することで、基本的な知識を学修する。
32	ビジネスプランの応用	2	2	職業専門科目	必修	1. ディプロマ・ポリシー 『② 事業活動に必要となる経営管理、マーケティング、会計に関する知識と能力を有し、商品やサービスを企画・開発し、販売活動を行う能力を身に付けている。』に基づく内容。 2. カリキュラム・ポリシー『起業、事業承継、企業内起業に関する知識の理解と地域産業が果たす役割や現状と課題などに関する知識を身に付ける』科目。 3. 概要 ①ビジネスアイディアレベル（基礎）から仮説検証（インタビュー、アンケート）を通じたビジネスプランレベル（応用）に高める方法を学習する。②中間と最終の2回、グループワークと仮説検証によるビジネスプランの作成と発表を行い、実践的知識を学修する。③発表会での学外ゲストによるフィードバックを受け、より良い発表の方法を学る。④発表内容を使って、Open Gate NIIGATAへの出場を考える。
33	アントレプレナーシップ論	1	2	職業専門科目	必修	1. ディプロマ・ポリシー 『② 事業活動に必要となる経営管理、マーケティング、会計に関する知識と能力を有し、商品やサービスを企画・開発し、販売活動を行う能力を身に付けている。』に基づく内容。 2. カリキュラム・ポリシー『起業、事業承継、企業内起業に関する知識の理解と地域産業が果たす役割や現状と課題などに関する知識を身に付ける』科目。 3. 概要（オムニバス方式／全15回） ①アントレプレナー、アントレプレナーシップ、起業家の仕事、行動パターン、起業、ベンチャー企業について理解する。（9回）②起業家として知っておくべき、「起業家らしい意思決定」、「起業家としての倫理観」、「起業家を取り巻く環境」について理解する。（6回）
34	コミュニケーションデザイン	3	2	職業専門科目	選択	本授業は、顧客や多様な関係者との対話を通じて相互理解を深め、価値を共創するため実践的能力を養成する。理論と実務の往還を重視し、対人コミュニケーションを感覚的なものとしてではなく、構造的に理解するとともに、目的に応じた対話の設計力を身につける。具体的には、関係形成、課題探索、価値提示、合意形成という一連のプロセスを体系的に整理する。授業では、関連理論の理解に加え、ケーススタディやプレゼンテーションなどの演習を通じて実践力へと転換する。また、対話の成果を振り返り、改善する視点を取り入れることで、状況に応じて柔軟に対応できる再現性のあるコミュニケーション能力の定着を図る。 さらに本授業では、企業における営業活動や商談場面を想定したケースや演習を取り入れ、セールスコミュニケーションの基礎スキルを実践的に学ぶ。 本科目は、汎用的対話設計力を育成し、実社会において信頼関係を基盤とした協働を実現できる人材の育成を目指す。
	合計単位		88			