

ビジネスデザイン研究科カリキュラム・マップ

学位授与の方針（ディプロマ・ポリシー）

- DP 1 広い視野と深い学識を持ち、高度の専門性を要する職業等に必要の高度の能力及び専攻分野における研究能力を修得し、活用することができる。
- DP 2 高度の専門職業人に必要な知識・能力・倫理観を修得し、活用することができる。
- DP 3 市場の変化と消費者インサイトを見極め、企業が目指すミッション・ビジョン・バリューに基づきブランディングを実行し、ビジネスコミュニケーションをデザインすることができる。
- DP 4 時代と社会のニーズに応じて価値を創造し、新しいビジネスモデルを探索し構築することができる。

◎：DP達成のために、特に重要な事項

○：DP達成のために、重要な事項

便覧掲載 順番	科目群	科目名	単位数	科目区分	アクティブラーニング型授業	PBL型授業	高度なDX	科目概要	DP 1	DP 2	DP 3	DP 4
1	ビジネスデザイン基礎論	ビジネスデザイン基礎論(研究調査法)	2	選択	○		○	現実の課題に対して、現実・現場を確認し、データ・事例・文献を収集し、論理的なフレームワークに基づいて分析し、仮説の構築と検証によって問題解決力と価値創造力を養うリサーチデザイン能力を身につける。	◎	○		
2	ビジネスデザイン基礎論	ビジネスデザイン基礎論(ロジカルライティング)	2	選択				「ロジック（＝論理、言語）」の性格をその限界含めて理解する。思考法、発想法、それらを具体化させたツールについて理解し、適切な使用について考えること、そしてそれらを実践で活用できるようにする。	◎		○	
3	ビジネスデザイン基礎論	ビジネスデザイン基礎論(組織論)	2	選択				組織均衡と組織目標を学び、組織と環境との関係を学び、受講生の積極的な参画によるディスカッションで組織論の理解を深めること目的とする。	◎		○	
4	ビジネスデザイン基礎論	ビジネスデザイン基礎論(マネジメント原理)	2	選択				経営のもととなる企業組織の構造や経営管理論、ビジネス遂行における経営戦略や国際経営と日本の経営の特徴などをおさえながら、これからの経営におけるポイントについて、ディスカッションをおして重要事項を修得していく。	◎		○	
5	ビジネスデザイン基礎論	ビジネスデザイン基礎論(マーケティングマネジメント)	2	選択		○	○	ドラッカーやコトラーの理論を基盤に、企業の目的を「顧客の創造」として捉え、PESTEL・3C・STP・4Pなどの分析フレームを通じて、価値創造と競争優位の構築を体系的に学ぶ。サービスドミナントロジックや体験経済などの理論による事例分析も学ぶ。	◎		○	
6	マネジメントサイエンス	国際経営管理論	2	選択				経営管理論（組織論、戦略論含む）に関する講義とケースディスカッションを中心に行う。講義では、経営管理論の基礎知識について整理したのち、グローバルな事業展開をしている日本の企業事例を取り上げ、グループ発表などを課す	○	◎	○	
7	マネジメントサイエンス	人材戦略論	2	選択				人材マネジメントの諸機能と日本企業における人事制度・人事施策について概説し、近年の環境変化に応じた課題をとりあげつつ、日本の雇用システムの特徴や変化についても焦点をあてる。	○	◎	○	
8	マネジメントサイエンス	管理会計論	2	選択				会計は財務会計と管理会計に大別される。財務会計は外部向けの会計行為であり、財務諸表を作成して利害関係者に報告し、監査を受ける過程を扱う分野である。一方、管理会計は内部向けの会計行為であり、経営者の意思決定を支援する資料を検討する分野である。本講義では、経営の重要要素や会計の中心テーマを踏まえ、コーポレートガバナンスの視点から管理会計を通して企業のあり方を考察する。	○	◎	○	
9	マネジメントサイエンス	コーポレートファイナンス	2	選択					○	◎	○	
10	マネジメントサイエンス	グローバルマーケティング	2	選択				グローバルマーケティングに関する講義とケースディスカッションを中心に行う。講義では、マーケティングの基礎知識について整理したのち、グローバルマーケティングに関する企業事例などを取り上げ、グループ発表などを課す。	○		◎	
11	マネジメントサイエンス	デジタルマーケティング	2	選択			○	データ・AI・テクノロジー・SNSを活用し、顧客行動を可視化してパーソナライズ戦略を構築し、OMO・D2C・インフルエンサー活用による新たな価値共創とブランド体験の設計を学ぶ。	○		◎	
12	マネジメントサイエンス	ソーシャルテクノロジー	2	選択	○	○		デジタル技術を活用して社会課題の解決を目指す学際的科目。SDGsの17目標達成に向けたICT活用事例を通じ、包摂社会におけるDX推進の理論と実践を学ぶ。技術の社会実装プロセス、ステークホルダー協働、政策協調を含む制度設計・実装法を習得し、持続可能な社会イノベーションを創出する能力を養成する。	○		◎	
13	マネジメントサイエンス	ビジネスセミナーA	2	選択				今まさに動いている先端的なビジネス事例について担当責任者から直接解説を聴き、ディスカッションを通じて深い理解を得るとともに、各々が学ぶ各教科の実践イメージの形成を促す。	○		◎	
14	マネジメントサイエンス	ビジネスセミナーB	2	選択				今まさに動いている先端的なビジネス事例について担当責任者から直接解説を聴き、ディスカッションを通じて深い理解を得るとともに、各々が学ぶ各教科の実践イメージの形成を促す。	○		◎	
15	ビジネスモデルデザインコミュニケーションデザイン	ビジュアルコミュニケーション	2	選択				プレゼンテーションの能力育成のために、プレゼンテーション能力の高いカリスマ経営者でもあるスティーブジョブズのプレゼンテーションを分析する。コミュニケーションは、縦の論理、横の論理など論理的に物事を捉え伝えることも必要なため、ロジカルシンキングの演習を通じてプレゼンテーション能力の向上を図る。	○		◎	
16	ビジネスモデルデザインコミュニケーションデザイン	コーポレートコミュニケーション	2	選択	○	○		企業の社会的役割を明らかにし、企業における経営資源と情報を企業内・企業外の利害関係者にどのように発信・受信していくのか。情報の有効活用について学び、広報機能に関する基本的な考え方を事例を交えながら修得する。	○		◎	
17	ビジネスモデルデザインコミュニケーションデザイン	デザインマネジメント	2	選択				ビジネスを創出する上で必要な、現場や顧客の抱える課題の構造化、ビジネス仮説の導出方法、ビジネス仮説の検証方法等を演習を交え解説する。	○		◎	
18	ビジネスモデルデザインコミュニケーションデザイン	広報広告戦略	2	選択				仮の広告プロモーション課題に対してのグループワークを実施する。日頃から企業の広報活動や広告（テレビCMをはじめとするあらゆる宣伝広告）に関して興味を持つように心がけて授業に臨む。	○		◎	
19	ビジネスモデルデザイン	ビジネスモデルデザイン	2	選択	○	○		ビジネスモデルの構築に必要なスキルと、将来を見据えた起業へのアプローチを学ぶ科目である。まず、ビジネスモデルを構成する要素を多角的に検討し、基礎的理解を深める。次に、差別化戦略を学び、ケーススタディを通じて実践的知識を修得する。さらに、グループディスカッションやワーク、プレゼンテーションを通じ、実際のビジネス立ち上げに必要なスキルを養成する。	○		○	◎
20	ビジネスモデルデザイン	コミュニティデザイン	2	選択				参加型授業として、講義+「グループワーク」「フィールドワーク」「プレゼンテーション」「ホームワーク」を組み合わせる。それらの思考を他者と共有するツールとして、SDMのベースとなる「システム思考」×「デザイン思考」を応用する。	○		○	◎

ビジネスデザイン研究科カリキュラム・マップ

学位授与の方針（ディプロマ・ポリシー）

- DP 1 広い視野と深い学識を持ち、高度の専門性を要する職業等に必要の高度の能力及び専攻分野における研究能力を修得し、活用することができる。
- DP 2 高度の専門職業人に必要な知識・能力・倫理観を修得し、活用することができる。
- DP 3 市場の変化と消費者インサイトを見極め、企業が目指すミッション・ビジョン・バリューに基づきブランディングを実行し、ビジネスコミュニケーションをデザインすることができる。
- DP 4 時代と社会のニーズに応じて価値を創造し、新しいビジネスモデルを探索し構築することができる。

◎：DP達成のために、特に重要な事項

○：DP達成のために、重要な事項

便覧掲載 順番	科目群	科目名	単位数	科目区分	アクティブラーニング型授業	PBL型授業	高度なDX	科目概要	DP 1	DP 2	DP 3	DP 4
21	ビジネスモデルデザイン	ブランドマネジメント	2	選択			○	ブランドを企業の戦略的資産と捉え、Aakerのブランド・エクイティ論を中心に、パーパス・ブランディングやデザイン経営を学び、顧客共感と長期的価値創造を実践的に探究する。	○		○	◎
22	ビジネスモデルデザイン	IT戦略マネジメント	2	選択	○	○		実企業・中央省庁・自治体のIT戦略事例を題材に、グループワークとケースリードを通じて戦略立案の本質を探究する。理論と実践を架橋するライブケーススタディによりデジタル変革時代のIT戦略マネジメント手法を体得し、デザイン思考・批判的試行能力を応用する。	○		○	◎
23	事例研究・表象文化	事例研究(グローバル経営)	2	選択					○		○	◎
24	事例研究・表象文化	事例研究(日本企業)	2	選択				ビジネスの最前線で活躍する企業人から直接話を聞き、提示される実践的なミッションをグループで討議し、回答を形成していく中で問題解決力を涵養する。ビジネスの課題を把握する能力、そのソリューションを考える創造力、仲間に対応する協調性がポイントである。	○		○	◎
25	事例研究・表象文化	事例研究(多国籍企業)	2	選択					○		○	◎
26	事例研究・表象文化	事例研究(経済)	2	選択				「経済」や「経営のための経済理論」を学ぶために、日本経済の現状の課題について分かりやすく解説する。テキストに基づき授業を進めるが、併せて関連文献や最新の情報を提示して、日本経済の諸課題に関する知識を深めることを目標にする。	○		○	◎
27	事例研究・表象文化	事例研究(企業マネジメント)	2	選択				ビジネスの最前線で活躍する企業人から直接話を聞き、提示される実践的なミッションをグループで討議し、回答を形成していく中で問題解決力を涵養する。ビジネスの課題を把握する能力、そのソリューションを考える創造力、仲間に対応する協調性がポイントである。	○		◎	
28	事例研究・表象文化	事例研究(新規事業開発)	2	選択				参加型授業として、講義+「グループワーク」「フィールドワーク」「プレゼンテーション」「ホームワーク」を組み合わせる。それらの思考を他者と共有するツールとして、SDMのベースとなる「システム思考」×「デザイン思考」を応用する。	○		◎	
29	事例研究・表象文化	プロジェクト研究A	2	選択					○		◎	
30	事例研究・表象文化	プロジェクト研究B	2	選択					○		◎	
31	事例研究・表象文化	表象文化研究A	2	選択	○	○		画像やテキストを主体的に解釈・分析する能力を養うことを目的とする科目である。既存作品の特徴に基づき分析のアプローチを検討し、作品の制作過程や創作の仕掛けを考察する方法を学ぶ。テキストとイメージの相互作用や分析手法を概観した後、演習を通じて解釈力を養い、ディスカッションにより作品のテーマに対する理解を深める。	○	◎		
32	事例研究・表象文化	表象文化研究B	2	選択	○			美術史・ビジュアルカルチャー(視覚文化)の歴史を軸に、社会の変化とその影響により生まれてきた表象の変遷を体系的に学ぶ。	○	◎		
33	事例研究・表象文化	視覚文化論A	2	選択				映像を視る力を養い、映像に関わることから言葉で発信する力を鍛えることを目的とする。	○	◎		
34	事例研究・表象文化	視覚文化論B	2	選択				映像を視る力を養い、映像に関わることから言葉で発信する力を鍛えることを目的とする。	○	◎		
35	事例研究・表象文化	映像文化論A	2	選択				日本映画の特色を海外からの反響を通じて、比較文化的に考察する。世界の映画と比較することで、日本映画及び日本文化の特色を明らかにしてゆく。これらのプロセスを経て、映画を鑑賞し、批評を実際に書いてもらい、言葉を駆使して日本文化の魅力を理解し、自己表現の世界を充実させてゆくことを目標にする。	○	◎		
36	事例研究・表象文化	映像文化論B	2	選択				日本映画の特色を海外からの反響を通じて、比較文化的に考察する。世界の映画と比較することで、日本映画及び日本文化の特色を明らかにしてゆく。これらのプロセスを経て、映画を鑑賞し、批評を実際に書いてもらい、言葉を駆使して日本文化の魅力を理解し、自己表現の世界を充実させてゆくことを目標にする。	○	◎		
37	修士論文・演習	論文演習I	2	必修				修士論文作成に必要な研究プロセスの解説と学生研究の助言を行う場である。特に、研究テーマの設定方法、研究テーマに関する課題分析および課題設定（Problem Statement）、研究目的、先行研究の調査方法、新規性と実用性、仮説に対する検証方法など研究に必要なプロセスを演習を交え解説する。	○	○		
38	修士論文・演習	論文演習II	2	必修				修士論文作成に必要な研究プロセスの解説と学生研究の助言を行う場である。特に、研究テーマの設定方法、研究テーマに関する課題分析および課題設定（Problem Statement）、研究目的、先行研究の調査方法、新規性と実用性、仮説に対する検証方法など研究に必要なプロセスを演習を交え解説する。	○	○		
39	分野共通科目	日本語プレゼンテーション技法	2	選択				身近な話題から、社会的に議論のある大きなテーマまで、幅広い題材を用いてのプレゼンテーション演習を行い、プレゼンテーションの基本概念と基礎的な技術を学ぶ。	○			
40	分野共通科目	日本語ライティング技法	2	選択				論文作成のための必要な技能を実践的に学びながら、効果的な日本語ライティングの技法を身につけることを目的とする。	○			