

経営学部の設置の趣旨等を記載した書類

ア 設置の趣旨及び必要性

(a) 教育研究上の理念、目的

(1) 東京成徳学園の理念と沿革

学校法人東京成徳学園は、大正15年4月に女子職業教育のための「王子高等女学校（4年制）」として、「有徳有為の人間形成」という建学の精神に基づき創設された。戦後は中等教育、幼児教育に注力し、その教育基盤に立って、昭和40年4月には東京成徳短期大学を開学した。また、平成5年4月には、「社会の要請に応じて学術の中心として、広く知識を授けるとともに、深く専門の学芸を教授研究し、創造性と実践性に富んだ人材を養成することを目的」として、東京成徳大学を開学した。

大学・短期大学においては、主に「特定の専門的分野（幼児教育、福祉、カウンセリング、マーケティングなど）の教育・研究」および「総合的教養教育」の教育機能を担ってきたが、近年においては、その多年に亘る教育の成果と建学の精神を生かすために、更に教育機能を「幅広い職業人養成」へと拡大することを目指してきた。

その一環として、平成13年4月には東京成徳短期大学にビジネス心理科を設置して、心理学、マーケティング等の教育を行い、主に商品開発、市場開発、販売にかかわる人材を養成し、卒業生はサービス、流通、金融の各業界を中心に活躍している。平成20年度入学試験においては入学定員100名に対し118名の入学志願者があり、また、平成19年度卒業生中の就職希望者の就職先決定率は93.1%であり、着実にビジネス社会に定着してきている。

(2) 新学部の必要性

21世紀に入って以降、世界市場の単一化と情報ネットワークの世界的拡張と共に、世界の諸地域における社会・経済的、政治的成熟化が急速に進展している。その結果、既に20世紀後半に先進経済圏で進展していた、ものの価値よりも知識や情報さらには精神や文化の価値を重視する「ソフト化」の動きや、経済における「サービス化」の動きも、先進経済圏を超えて世界全体に波及しつつある。このような環境変化を踏まえると、21世紀における経営にとって、経済的、技術的な側面だけではなく、人間的な側面においても優れていることが課題となる。即ち優れた経営は、経済的、技術的に卓越しているだけでなく、知識・情報・文化などの人間的

な側面を分析・理解する能力を蓄積して、社会や市場において生活者や消費者に働きかける優れた手段を持ち、その結果として、知識や情報に優れ、精神的・文化的な価値を生み、顧客・消費者と共に広く社会に対しても信頼と満足を与えることができなければならない。特に日本経済にとっては、21世紀にアジア経済圏の更なる成長・成熟が想定されることから、経済成長の観点からも、また国際競争力の観点からも、日本企業による優れた経営への取り組みが急務となっている。

日本の大学教育においても、経営が直面する諸課題について、経済的、技術的な側面に人間的な側面を加えて研究し、その成果を教育することによって、優れた経営の求める人材を養成することが急務となっている。東京成徳学園の建学の精神は「有徳有為の人間形成」であり、優れた経営の求める人材養成はこの建学の精神に適うものである。また、東京成徳大学の教育の理念は「創造性と実践性に富んだ人材の養成」であり、この理念に基づいた東京成徳大学の教育実践の成果は、優れた経営の求める人材養成に役立つものである。

以上の認識を踏まえて東京成徳学園は、「経営学部」を東京成徳大学に開設し、その下に「経営学科」を設置することを構想した。またそれに伴い、東京成徳短期大学ビジネス心理科での教育内容は経営学部経営学科の教育内容へと発展させ吸収させることができるため、短期大学ビジネス心理科の廃止を構想している。

(3) 経営学部経営学科の構想

経営学部経営学科（以下「新学部」）では、「ソフト化・サービス化」などの動きを含めた経営についての教育研究を行うことを目的として、現実に立脚した実践に最も近いレベルの経営の諸課題について研究し、その成果に基づいて幅広く実践的な教育と提言を行っていく。

そのために、教育研究の編成においては、経営学の中心的な分野である「経営管理」領域、「経営戦略」領域と共に、「ソフト化・サービス化」への対応が不可欠である「マーケティング」領域の3つの領域を設定して新学部の専門的な「教育研究領域」を構成する。教育研究領域毎の具体的な研究課題は、下表「教育研究領域の研究課題群」の通りである。

また、専門的な「教育研究領域」を支える基礎的な学問領域を、経済学、会計学、心理学、情報技術におき、各学問分野における教育によって経営学の基礎的な知見を広げる。

新学部の教員組織においては、経営学、経済学、会計学、心理学、情報技術の各分野の専門家を専任教員として編成する。

また、新学部の管理運営においては、「経営管理」、「経営戦略」、「マーケティング」の3つの教育研究領域毎に、学部長、学科長と数名の専任教員で構成する「教育研究領域委員会」を設置し、教育研究領域の研究課題に即して関係する専任教員を組織する。

表：教育研究領域の研究課題群

教育研究領域	研究課題群
経営管理領域	経営管理、経営組織、企業会計、人事管理、情報管理、等
経営戦略領域	経営戦略、事業創出、技術革新、集客戦略、経済政策、等
マーケティング領域	マーケティング、販売戦略、広報・広告、消費者行動、等

(b) どのような人材を養成するのか

(1) 人材養成の目標

新学部は、①経済的、技術的側面に人間的側面を加えて経営を理解し、②社会や市場における生活者や消費者、職場で共に働く人々等の人間について広く理解して、その人々に働きかける能力を持ち、③仕事を組み立てて推進し、結果を評価して展開することのできる、総合的な実践力を有する人材を養成することを目標とする。

このような人材が特に活躍することが期待される産業分野としては、情報通信業、運輸業、卸・小売業、金融・保険業、不動産業、飲食店、宿泊業、医療、福祉などの産業分野が考えられる。また、職種としては、地域コミュニティーとの関連の深い中小企業、ベンチャー企業、NPOなどの起業家、経営者（事業継承者を含む）。経営企画、新規事業開発、営業・販売、広報などの事業展開における専門スタッフ。人事コンサルタントなどの専門家。監査、経理会計、情報システム、人事管理などの経営管理における専門スタッフ、などの職種が考えられる。

(2) 経済社会の需要の具体的見通し

文部科学省『学校基本調査』「大学卒業後の状況」のうち「産業別就職者数」統計によれば、新学部卒業生の活躍が特に期待される産業である、情報通信業、運輸業、卸・小売業、金融・保険業、不動産業、飲食店、宿泊業、医療、福祉の諸産業に就職した社会科学系の合計学生数は、平成19年3月末では97,931人で前年の平成18年3月末に比較して4.9%の増加であり、社会科学系学生全体の就職者数増加率4.0%を上回る。また、4年前の平成15年3月末と比較してみても24.5%の増加で、社会科学系学生全体の増加率22.8%を上回る。今後も経済のサービス化に伴ってこの傾向は続くことが見込まれるので、新学部卒業生の活躍が特に期待される産業分野では、個々の業種ごとの盛衰はあるとしても、社会科学系全体の平均を上回る求人が期待できる。

また、東京成徳学園は、新学部設置を構想するに際して、100社の企業に対し聞き取りとアンケートによる企業の期待する学生像に関する調査を行い、平成19年11月に『企業の期待する学生像についての調査』として調査結果をとりまとめた。それによると、半分以上の企業が採用に際しては、「明るさ・朗らかさ」、「コミュニケーション力」、「協調性」、「やりぬく力・実行力」、「積極性」の5つの項目を重視しているが、新学部ではこの結果を考慮して、教育課程の編成や履修指導、就職指導を行うので、新学部卒業生の企業の採用基準に対する適合性は高いものと思われる。

また、新学部においては、「キャリア開発入門」、「キャリア開発実践論」を必修にすると共に、「課題研究入門」、「課題研究Ⅰ、Ⅱ」などの科目を通じて、学生の職業観や進路意識を段階的にきめ細かく養成する。更に、新学部専任教員は実務経験も評価して採用することから、専任教員による実践的・的確な就職指導が期待できる。

以上の諸点、並びに、東京成徳大学は学生生活課を中心に学生の就職活動を教職員一体で支援する体制を整えていることを勘案すれば、新学部卒業生の就職先確保について特に懸念すべき点はないものと考えている。

イ 学部、学科等の特色

(1) 学際的構造

経営に関する事象の教育研究には学際的な構造が不可欠であるが、新学部のコアとなる経営管理・経営戦略・マーケティングを補完するために、新学部では、経済学、会計学、心理学や情報技術を含めた学際的構造を構成し、教育研究領域においてその関連する専任教員が学際的に協力して教育研究を行う。

このような教育研究領域の設定により、社会・市場の動向や経営の抱える諸課題について、明確な課題意識のもとに多方面から光を当てて共同研究を行うことになり、経営の抱える諸課題の解決策を検討・提言することが可能になる。

(2) 現実的、実証的なアプローチの重視

経営は常に環境の変化に適応することから、新しい事象を生じる。従って、経営事象に対するアプローチは、現実的、実証的であることが不可欠である。新学部では、現実に立脚した実践に最も近いレベルの経営組織の諸課題について学際的協力を得て研究してその成果を教育することから、特に現実的、実証的なアプローチについての教育が重要と考えている。

教育課程の編成においては、①企業の第一線で事業活動を実践した優れた経営者による特殊講義を内容とする「現代ビジネス講座」など、特に専門科目を中心に具

体的な経営課題を含む科目編成を行い、②授業科目として「インターンシップ」を設け、現実の企業活動に触れる機会を積極的に持つことにより、経営事象そのものの体験を通して、経営事象への現実的、実証的なアプローチについて学ぶ機会を設けている。

また、授業方法においては、講義においてケーススタディーを多く取り入れ、演習やゼミ形式での授業においては、フィールド・リサーチを含む実証的な研究を多く取り入れる等の工夫を凝らす。

また、専任教員は実務経験も評価して採用するので、その実務経験も授業等を通じて、現実的、実証的なアプローチについての教育に生かすことができる。

(3) 多様な科目編成と個人別の進路に対応した履修指導

新学部は優れた経営を担う総合的な実践力を持つ人材養成を目指す。そのためには、学生に多様な学習機会を与えると共に、その中から適切な指導に基づいて、学生が自分の進路にかかわる授業科目を主体的に選択し、また自主的に学習を行うことが必要である。

新学部では3つの教育研究領域を設定して、現実に立脚した実践に最も近いレベルでの企業活動について教育研究を行うことから、具体的で多様な課題についての授業科目を用意しており、学生は多様な組み合わせによる科目選択を行うことができる。

また、履修指導においては、履修モデルを提示して履修目的に沿った授業科目選択の大枠を具体的に示すと共に、初年次に編成される「基礎演習Ⅰ、Ⅱ」や2年次での「課題研究入門」、並びに3、4年次での「課題研究Ⅰ、Ⅱ」において、担当教員が学生個人の職業観や進路意識、学習の段階に応じた授業科目選択と自主的な学習について、きめ細かく履修指導を行う体制を整えている。

(4) 社会人としての基礎能力の段階的、個別的な養成

近年、青年の社会人としての基礎能力の欠如が指摘され、高等教育においても社会人としての基礎能力を養成することが求められている。新学部は経営の専門家を養成することを目的としていることから、とりわけ、社会人としての基礎能力の養成は重要であると認識している。また、近年の大学生は、職業観や進路意識が希薄であるといわれているが、そのことが、社会人としての基礎能力の欠如を招いている面も否定できない。本来最も職業への関心が高いと思われる経営系学部の学生でも、その進路の多様性の故に、逆に職業観や進路意識が希薄となる可能性を有している。従って、職業観や進路意識の養成に即して、社会人としての基礎能力を養成することが重要であると、認識している。

新学部では、多年にわたる東京成徳学園の高等教育の経験から、自己を表現でき

るとともに他者とコミュニケーションできる能力が、社会人としての基礎能力を養成する上でも、また、新学部で生活者や消費者に働きかける能力を養う上でも、まず養成すべき最も基本的な能力であると考えている。そのため、「基礎科目」においては表現力やコミュニケーション力を養成する授業科目を重点的に配置し、その一部を必修科目として、表現とコミュニケーションの基礎的な能力を養成する。

また、新学部における職業観や進路意識の養成は、「キャリア開発入門」、「キャリア開発実践論」を必修とするとともに、選択科目での「インターンシップ」や「ビジネス実務概論A、B、C」、「ビジネス実務演習A、B」を通じても行われる。

更に、学生個人毎に必要な社会人としての基礎能力については、初年次の「基礎演習Ⅰ、Ⅱ」や2年次の「課題研究入門」において、学生個人毎に職業観や進路意識の確立状況を確認しながら指導する。また、3年次、4年次には、「課題研究Ⅰ、Ⅱ」の担当教員が、学生個人毎の職業観や進路意識を具体的に確認しながら指導する。

ウ 学部、学科等の名称及び学位の名称

新学部は、「企業等の組織の経済的、技術的、人間的諸側面に係る諸問題について、諸学の協力により、総合的、学際的に研究するとともに、将来の展開についての戦略を探り、これらの成果を教育する」ことを目的としている。

こうした点を踏まえ、「経営学」が、新学部の教育研究を行う学問分野として相応しいことから、学部名を「経営学部」とする。また学科名は、「経営学科」とし、学位については「学士（経営学）」とする。

英訳名称は、学部名「Faculty of Business Administration」、学科名「Department of Business Administration」とし、学位については「Bachelor of Business Administration」とする。

エ 教育課程の編成の考え方及び特色

(1) 教育課程の編成

※認可後指摘により一部変更

新学部における教育課程の編成は、「基礎科目」、「専門基礎科目」、「専門科目」及び「課題研究」の4つの科目区分から構成されている。

「基礎科目」は、新学部における専門教育及び社会人としての基礎能力養成を行うための基礎能力を育成する科目区分であり、そのため主に1・2年次に授業科目が配当されている。

「専門基礎科目」は、経営学の基礎的な知見を広げるための学問分野から構成される科目区分であり、その内訳として学問分野毎に4つの授業科目群が設定されている。「専門基礎科目」では、基礎から専門へと段階的に学力を養成してゆくよう、

1年次から3・4年次までに授業科目が配当されている。

「専門科目」は、経営学の科目区分であり、その内訳として4つの授業科目群が設定されている。「専門科目」でも、基礎から専門へと段階的に学力を養成してゆくよう、1年次から3・4年次までに授業科目が配当されている。

「課題研究」は、学生が各々の興味と関心に基づいて、特定の専門分野における知識を獲得し、研究能力を身につけるゼミ形式の授業を行い、その授業における成果を卒業論文に結実させる教育を内容とする科目区分であり、2年次後期から4年次に至るまで段階的に4つの授業科目を配当している。

「基礎科目」は科目数40、「専門基礎科目」は科目数41、「専門科目」は科目数41であり、科目区分間の科目数バランスのとれた、また全体として基礎から専門へと段階的に学力を養成していく、体系的な教育課程となっている。

(2) 科目区分ごとの内容及び特色

①「基礎科目」

「基礎科目」は、「専門基礎科目」、「専門科目」、「課題研究」の基礎を担う科目区分であり、「基礎演習・基礎表現」、「外国語」、「教養」、「キャリア」の4授業科目群により構成される。

「基礎科目」においては、東京成徳学園の長年に亘る高等教育の経験を基づき、特に「自己を表現できるとともにコミュニケーションのできる能力」の養成を特色とする。この点は、平成19年11月に東京成徳学園が企業100社の採用担当者に対して実施した「企業が期待する学生像についての調査」結果で、「基礎学力」と並んで特に「コミュニケーション・プレゼンテーション力」の養成を大学教育への要望としてあげる企業が多かったことから、社会的ニーズも高いものと思われる。

「基礎演習・基礎表現」は、実地に即した学問プロセスの理解を目的とする「基礎演習Ⅰ」、自主的学習態度の開発を目的とする「基礎演習Ⅱ」に、「日本語表現法」、「英語表現」、「情報処理入門」を加えて全科目を必修とし、30人程度のクラスに分けて同一のクラスによって共通の初年次教育を行うものである。特に「基礎演習Ⅰ、Ⅱ」は、2年次必修科目の「課題研究入門」、3・4年次必修科目の「課題研究Ⅰ、Ⅱ」に繋がり、また学習態度の基礎造りを担う科目であり、できるだけ多くの専任教員による担当が望ましいので、合計12人の教員が4年間のローテーションを組み、同一教員は1年間同一クラスを担当する体制とする。

「外国語」においては、経営にとって必要性の高い、英語、中国語を配置して段階的な学習によって語学力を養成する。特に経営・経済科目の学習との相乗効果と学習意欲の喚起を狙って、英語においては「ビジネス英語初級・中級・上級」の科目を設け、また「中国語上級」ではその学習テーマとして中国経済を取り上げる。

「教養」においては、①経営を学ぶに際して関連性の高い地理学、歴史学、社会学、数学、②新学部の特色である経営の人間的な側面の理解に有用な文学、哲学、

③「基礎科目」の特色であるコミュニケーション力養成に資するコミュニケーション論、④学生の関心が深い環境、心身の健康、の各分野における基礎的な科目を設けている。

「キャリア」においては、「キャリア開発入門」、「キャリア開発実践論」を必修として配置し、また企業実習を行う「インターンシップ」を選択科目として配置して、職業観・進路意識を養成する。また、表現力・コミュニケーション力をビジネスで活用できるレベルに高めてゆく表現・プレゼンテーション関連科目7科目、並びに、実際の仕事についての理解と基本技術の修得を目指すビジネス実務科目5科目を、学生が自己のキャリア開発の目的に沿って主体的に選択できるよう選択科目として配置している。

近年、大学生の基礎学力の低下が問題となっているが、新学部においても学部教育をスムーズに行う上で、これへの対応が重要だと考えている。新学部では、特に数学力と英語力に重点を置いて、1年次前期開講の自由科目として「数学の基本」、「英語の基本」を設け、入学時に行う数学と英語の実力テストの結果に基づいて、4年間の学部授業を受けるには学力が不十分と認定された者に対して受講するように指導する。

②「専門基礎科目」

新学部においては経営学のコアな領域として「経営管理」・「経営戦略」・「マーケティング」を中心的な学問分野と位置づけているが、「専門基礎科目」ではその領域を究めていくために必要な「経済・法律」、「会計」、「心理」、「情報技術」などのリテラシーを向上させることにより側面から経営についての基礎的な理解を深めることを企図している。

③「専門科目」

経営学の科目区分であり、4つの授業科目群を設定している。即ち、経営学学修の基本となる「経営学入門」、「商学入門」、「日本の産業」、「現代社会と産業」の4科目を授業科目群「経営基本」として括り、また、新学部における経営学のコアな領域である「経営管理」・「経営戦略」・「マーケティング」の3つの教育研究領域に対応して、「経営管理」・「経営戦略」・「マーケティング」の3つの授業科目群を設定して社会・経済・産業の動向や企業の抱える課題について学んでゆく。

特に現実的、実証的なアプローチについての教育が重要であると考え、企業の第一線での事業活動を実践または経験した優れた経営者による「現代ビジネス講座」を設けて現実に触れながら学ぶなど、具体的で多様なテーマの授業科目が用意されている。

④「課題研究」

2年次必修科目として特定の専門分野についての概括的・基本的な理解を得るた

めの「課題研究入門」を設けるとともに、3・4年次を通じて行うゼミである「課題研究Ⅰ、Ⅱ」と「卒業論文」を配置している。「課題研究Ⅰ、Ⅱ」においては、学生が各々の興味と関心に基づいて、特定の専門分野における知識を獲得し、研究能力を身につけていくことを目的としている。さらに「卒業論文」においては、3年次前期から2年間を掛けて段階的に積み上げた「課題研究Ⅰ、Ⅱ」での成果を論文としてまとめ、学部教育の集大成とする。全学生が現代の経営課題に正面から取り組み、確固とした個人の意見や考え方を持って新学部を卒業できるよう、全てを必修科目としている。

オ 教員組織の編成の考え方及び特色

新学部の中心的な学問分野は、経営学、商学、会計学、経済学、心理学、情報技術であり、この分野の専門家を専任教員として配置し、学際的に相互協力できる教員組織の編成となっている。また、現実に立脚した実践に最も近いレベルの経営の諸課題について研究し、その成果を教育するという新学部の特徴から、実務経験を評価した教員採用を行っている。

具体的には、新学部は専任教員17名で構成し、研究分野ごとには、「経営・経済」10名、「会計」2名、「心理」2名、「情報技術」2名となっている。それに加え、初年次教育として東京成徳学園が特に重要と考える「自己を表現できるとともにコミュニケーションのできる能力」を養成するため、「基礎科目」において主に「日本語表現法」「プレゼンテーション演習」などを担当する専任教員1名を配置している。原則として必修科目（17科目、31単位）については、専任教員が外国語科目「英語表現」を除く全ての授業科目を担当する。

教員の学位については、専任教員17名のうち3名が博士号、9名が修士号を有している。また、さまざまな分野における実務経験と高等教育機関における専任教員としての教育の実績を合わせ持つ専任教員は8名となっている。

専任教員の担当コマ数は、1年次の「基礎演習Ⅰ、Ⅱ」を専任教員12名によって年度ごとに3クラス制で担当するので、その結果、4年間を平均すれば12コマ以下である。

専任教員17名のうち、新学部開設予定時（平成21年4月1日）に「学校法人東京成徳学園就業規則第24条」に定める定年60歳を超えている者は7名であり、更に学年進行中に1名が定年を迎えることとなる。しかしこれは、新学部が豊富な実務経験を持つ専任教員を積極的に採用したことの結果であり、「学校法人東京成徳学園就業規則第24条3」に定める「定年を延長することができる」場合のうち「三 理事長が特に必要を認めるとき」に該当する。

（別紙資料①「学校法人東京成徳学園 定年に関する規定」参照）

カ 教育方法、履修指導方法及び卒業要件

(1) 教育方法、履修方法

新学部では、「基礎科目」、「専門基礎科目」、「専門科目」、「課題研究」の4つの科目区分を設けて段階的に配当して、教育課程を編成している。

「基礎科目」のうち「基礎演習・基礎表現」は初年次教育としての重要性に鑑み、「基礎演習Ⅰ」、「基礎演習Ⅱ」、「日本語表現法」、「英語表現」、「情報処理入門」を加えて全科目を必修とし、30人程度のクラスに分けて同一のクラスによって教育を行う。特に「基礎演習Ⅰ、Ⅱ」は、2年次必修科目の「課題研究入門」、3・4年次必修科目の「課題研究Ⅰ、Ⅱ」に繋がり、また学習態度の基礎造りを担う科目であり、できるだけ多くの専任教員による担当が望ましいので、合計12人の教員が4年間のローテーションを組み、同一教員は1年間同一クラスを担当する体制とする。

また、表現・コミュニケーション教育の重要性に鑑み、「日本語表現法」(必修)に続く選択科目「プレゼンテーション論」は2クラス、「英語表現」(必修)に続く選択科目「英語コミュニケーション」並びに「ビジネス英語(初級)」(前期)も2クラス、更に「情報処理入門」(必修)に続く選択科目「データ処理基礎」は3クラスを設置して、選択科目ではあるが各々30人程度の規模でのクラス単位で授業を行う。

「課題研究入門」、「課題研究Ⅰ、Ⅱ」はゼミ形式で行う必修の授業であるが、担当教員数は15名であり、入学定員100名、編入学定員10名であることから、学生に対するきめ細かい指導を行うことが可能である。

一方、選択科目については進路に即した履修モデルを提示し、学生はその履修モデルを参考にして履修科目を選択する。しかし実際には、学生個人の職業観や進路意識の成熟状況に応じた履修指導が必要であることから、「基礎演習Ⅰ、Ⅱ」、「課題研究入門」、「課題研究Ⅰ、Ⅱ」の担当教員がその役割を担う。「基礎演習Ⅰ、Ⅱ」の担当教員は同一の教員とし、また、3年次以降の「課題研究Ⅰ、Ⅱ」の担当教員も同一の教員であり、学生の学修段階に応じた一貫した履修指導を行うことが可能である。

また新学部では、学習において積極的にパソコンを活用できるよう、学生全員に同一機種ノートパソコンを在学中貸与して全員同一の情報環境を提供する。情報技術の習熟のみならず、これにより効率的・効果的な学習が可能となる。

(2) 卒業要件

※認可後指摘により一部変更

卒業要件は4年以上在学し、基礎科目について、必修7科目10単位を含む16単位以上、専門基礎科目について、必修4科目8単位を含む18単位以上、専

門科目は必修3科目6単位を含む30単位以上、課題研究は4科目9単位（全科目必修）を含め、総合計で、124単位以上修得しなければならない。各科目区分の必修単位数の合計は73単位で必修単位数124単位の約60%に相当しており、各々の科目区分間でバランスの取れた学習がなされるよう工夫されている。また、基礎科目の必修7科目は学部教育の基本造りを、専門基礎科目と専門科目の必修7科目は各々の科目区分における基本造りを、そして、課題研究の4科目全部の必修は卒業に至るまで継続的に学習して確かな専門性を身に付けることを教育上の目的として設定されている。これは、学位の質を確かなものとするために、基礎造りと完成という両面に必修科目を設けるものである。

1年間に修得できる単位は上限45単位であるが、これは予習等の自学自習の時間を考慮し、1日に受講できる単位数を平均で4単位程度と見なして設定したものである。

※認可後指摘により一部変更

卒業要件は4年以上在学し、基礎科目について、必修7科目10単位を含む16単位以上、専門基礎科目について、必修7科目14単位を含む16単位以上、専門関連科目のうち14単位以上、専門科目のうち18単位以上、課題研究は4科目9単位を含め、総合計で、124単位以上修得しなければならない。

また、1年間に修得できる単位は上限45単位とする。

(3) 履修モデル（別紙資料②「履修モデル」参照）

① 経営管理モデル

本モデルは、現実の社会や市場との関係において経営のあり方を理解する実践的な経営観とともに、経営管理の能力を養成し、それによって、企業管理のプロフェッショナル、ゼネラル・マネージャーなどを目指す場合の履修モデルである。

このモデルの履修内容は、基礎科目において基礎的知識や基本的考え方を学び、専門基礎科目において企業経営管理に必要なリテラシーを学ぶ。さらに、専門科目で、企業経営を取り巻く全体的構造を学ぶとともに、企業経営に関わるより専門的な知識を身につけるために、専門科目の中の経営管理科目を中心に履修する。

② 経営戦略モデル

本モデルは、現実の社会や市場との関係において経営に求められている新たな事業についての理解とともに、経営戦略の能力を養成し、それによって、組織の中で新たな事業戦略の立案・推進者や企業やNPOの起業家を目指す場合の履修モデルである。

このモデルの履修内容は、基礎科目において基礎的知識や基本的考え方を学び、専門基礎科目において経営戦略に必要なリテラシーを学ぶ。さらに、専門科目で、企業経営を取り巻く全体的構造を学ぶとともに、経営戦略に関わるより専門的な知識を身につけるために、専門科目の中の経営戦略科目を中心に履修する。

③ マーケティングモデル

本モデルは、生活者や消費者の現実の心理やニーズについて広く社会や市場との関係を含めて理解できる専門的な視点とともに、営業、販売、マーケティング、マーチャンダイジング、広報、広告についての実践的な能力を養成し、それによって、新商品開発や新市場開発を含む、営業、販売、広報、広告とそれに関連する分野での人材の養成を目指す場合の履修モデルである。

このモデルの履修内容は、基礎科目において基礎的知識や基本的考え方を学び、専門基礎科目においてマーケティングに必要なリテラシーを学ぶ。さらに、専門科目で、企業経営を取り巻く全体的構造を学び、企業のマーケティングに関わるより専門的な知識を身につけるために、専門科目の中のマーケティング科目を中心に履修する。

キ 施設、設備等の整備計画

(a) 校地、運動場等の整備計画

新学部は東京都北区十条台に設置する。(以下十条台キャンパス) 十条台キャンパスは19,532㎡の広さがある。新学部完成年度においては、キャンパスに設置されている子ども学部(収容定員380人)、東京成徳短期大学(収容定員530人)及び新学部(収容定員420人)を加えた学生数は1,330人となり、一人あたりの面積は14.6㎡となる。

運動場はさいたま市にあるが、校地とは別地にあるため、スポーツに係る授業科目は校地内の体育館を利用する。

(b) 校舎等施設の整備計画

併設学部及び短期大学の教員研究室並びに一部の実習室を除き、すべての講義室、演習室、IT教室、体育館、学生厚生施設は子ども学部、短期大学と新学部の共用とする方針である。

このため、新学部設置に伴い必要とされる教員研究室を確保するためには、更に6室の増設が必要であり、平成20年夏季にこの6室の増設工事を実施する。

また、情報技術教育に必要なサーバーやプリンターのIT設備に関しては既設の設備を活用して教育研究活動を行う。新学部の学生全員に個人用ノートパソコンを貸与するが、学内には既に無線LANによるネットワーク環境が整備されており、パソコンを十分に活用することが可能である。

キャンパス内での時間割に係わる教室の管理は、事務局教務課で一元的に行い、授業科目の形態、受講生の人数等を勘案し、調整して、定めるので同一教室へのダブルブッキングの心配はない。(別紙資料③ 「時間割」参照)

教員研究室	17室	(平成20年夏季に6室増設工事予定)
講義室(共用)	17室	: 54名1室、56名2室、58名1室 62名3室、64名1室、69名1室 70名1室、78名1室、84名1室 95名1室、180名1室、 183名1室、250名1室 287名1室
演習室(共用)	18室	: 20名9室、24名1室、30名2室 35名1室、36名1室、56名2室 63名2室
IT教室(共用)	4室	: 32名1室、56名3室
体育館(共用)	2	か所
学生厚生施設	学生ホール	1か所
	学生会館	1か所
	カフェテリア	1か所
	ラウンジ	1か所

(c) 図書等の資料及び図書館整備計画

図書館は、「東京成徳大学経営学部」、「東京成徳大学子ども学部」及び「東京成徳短期大学」の研究・教育・学習に必要な図書・学術雑誌・視聴覚教材等の資料の収集・整理・保存及び活用を目的に設置されている。

座席は、1階に閲覧席60席(4人掛テーブル15台)、2階に閲覧席32席(4人掛テーブル8台)、閲覧席28席(キャレル:個別デスク)の合計120席の閲覧席がある。それに加えてグループ学習室16席(2室各8席)、メディアスペース64席がある。

図書の収集・所蔵・管理・貸出といった通常業務に加え、情報の生成・発信・検索システムの電子化といった本学の総合情報館としての機能を構築し、発展させていく試みに取り組んでいる。館内全域が無線LAN対応となっており、閲覧用のテーブルとキャレルには有線LANを設置している。さらにOPAC検索専用のパソコンを6台設置し、学生がOPAC及び各種データベースを自由に検索できるようなシステムを構成している。

図書館情報システム

種別	内容
図書館システム	LIMEDIO (リコー)
OPAC 検索専用パソコン	6 台 (1 階 4 台、2 階 2 台)
データベース	新聞データベース (朝日、読売)
DVD ビデオ CD プレーヤー	2 台 (グループ学習室)
DVD/CD カセットプレーヤー	1 台 (個人用ブース)
ビデオ CD カセットプレーヤー	1 台 (個人用ブース)
貸出用ノートパソコン	10 台 (館内貸出利用)
有線 LAN	閲覧用テーブル・キャレルに設置
無線 LAN	全館対応

平成 20 年 3 月 1 日現在

	和書	洋書	学術雑誌	AV 資料
冊(種)	106,063 冊	14,270 冊	124 種	1,450 点

図書のうち、経済・経営分野については、和書 1,704 冊 洋書 359 冊を所蔵しており、新たに和書 617 冊、洋書 117 冊を購入し整備する。学術雑誌ならびに関連雑誌については「ハーバードビジネスレビュー」、「経営情報学会誌」、「会計」、「産業・組織心理学研究」等の経済・経営分野、心理学分野などの新学部にふさわしい和雑誌 48 誌を購読する。また、外国紙、外国学術雑誌については、「Wall Street Journal」、「Financial Times」、「Harvard Business Review」等の 3,800 種(平成 19 年 12 月現在)を収録するオンラインデータベースを導入し対応する。

授業関連の参考図書は、シラバスに「指定図書」として掲載し、常に学生が閲覧できるように図書館内の一角にコーナーを設ける。また、各授業に関係する分野および基本的な参考図書はできうる限り最新版を揃え、分類ごとにわかりやすく配架する。

ク 入学者選抜の概要

新学部では学生として受け入れる人間像について、以下のようなアドミッションポリシーを示す。

- ①ビジネスの世界や事業経営に関心があり将来その分野の仕事に就きたい人
- ②自立的に自らの将来を切り拓き、また自らの能力を自ら啓発しようとする意欲を持つ人
- ③個性豊かではあるが、組織やチームの一員として他の構成員と協同・協調できる人
- ④問題発見、課題探求の努力をいとわない人

入学者の選抜においては、高等学校までの学習にもとづく学力重視型の選抜方法だけでなく多様な選抜方法を採用する。即ち、入学者の選抜は、①AO入学試験、②推薦入学試験、③一般入学試験、④社会人入学試験、⑤センター試験利用による入学試験の5種類の方法を採用する。

①AO入学試験

受験生が積極的な学習意欲を有しているか、責任感や自立心が備わっているかといった受験生の主体性を重視しつつ、これまでの学習成果をも合わせて勘案し、総合的に可否を判断する。受験生の主体性については、教員との面談と面談の中で提示する課題へのレポートによって評価する。募集人員は15人程度。

②推薦入学試験

新学部への入学を第一希望（専願）として強く望む生徒で、出身高等学校長が推薦する者の中から選抜する推薦入学試験と、新学部への入学が第一志望であり、校内の生徒会活動やクラブ活動またはボランティア等の校外活動で実績がある者を対象とする自己推薦入学試験を行う。可否に関しては、小論文と高等学校長の推薦書または、本人記載の自己推薦書の内容および教員による面接によって総合的に判断する。募集人員は40人程度。

③一般入学試験

学力試験（国語、英語）と小論文試験とを実施する。特に小論文では受験生の主体的な考え方を探る。なお、出身高校の調査書も参考とし、高等学校における様々な活動経験なども評価の判断材料として活用する。募集人員は40人程度。

④社会人入学試験

社会での就業経験のある満23歳以上の者を対象とする。小論文試験と面接をもって総合的に判断する。また、入学後の学修については、昼間の授業が受講できることを条件とする。募集人員は若干名。

⑤センター入試利用試験（平成22年度より実施）

大学入試センターが実施する試験の成績とともに当該学部における面接をもとに合否を決定する。募集人員は5人程度。

コ 企業実習や海外語学研修など学外実習を実施する場合の具体的計画

（1）企業実習計画

新学部では、実務能力、思考力、行動力を養成すると共に、学生が就業体験を通して職業適性や将来設計について主体的に考えることを目的として、授業科目「インターンシップ」（単位数：2単位）を設定し、企業実習を実施する。新学部における企業実習の実習期間は2週間以上、実習時間は60時間以上とする。

学内体制としては、「インターンシップ」担当教員並びに新学部専任教員数名によって「インターンシップ・プログラム推進委員会」を構成し、①企業実習のあり方の検討、②実習先企業の確保並びに選定、③企業実習中における実習学生や実習先企業との連絡、④企業実習終了後の学内報告会の開催、⑤実習成果の評価、に当たる。また、「インターンシップ」担当教員並びに学生生活課長、教務課長によって「インターンシップ・プログラム推進事務局」を構成し、①実習先企業との交渉並びに契約、②必要書類の作成、③文書の授受、など、企業実習実施に必要な事務の推進に当たる。

学生への指導は、次のステップで進める。

- ① 学内ガイダンス(実習目的、選考方法、実習先企業内容、事前研修内容などの紹介)
- ② 実習学生募集と選考
- ③ 実習先とのマッチング(本人の希望・適性と実習内容との比較検討)
- ④ 事前研修（心構え、職場でのルールやマナー等）
- ⑤ 実習先企業における実習
- ⑥ 「インターンシップ成果報告書」の提出
- ⑦ 学内報告会における報告

実習先企業は、新学部が独自に調査し、厳格に選考して決定する。現状での実習先企業の確保状況は下表の通りで、合計受け入れ可能人数は29名である。実習先企業とは「インターンシップに関する契約書」を締結して、実習先企業と本学との責任範囲を明確にする。実習先企業は、実習学生の指導・評価の責任者である「インターンシップ指導責任者」を任命する。「インターンシップ指導責任者」は、学生が毎日作成する「インターンシップ日誌」に対してアドバイスを記入し、実習後に本学所定の「インターンシップ評価書」に評価を記入し、「インターンシップ」担当教員に伝える。「インターンシップ評価書」における評価項目は、「研修態度」、

「理解力・観察力」、「実行力」、「報告・相談」、「実習成果」の5項目で、評価は各項目についてA（優れている）、B（やや優れている）、C（普通）、D（劣っている）の4段階で行う。

学内報告会には、「インターンシップ・プログラム推進委員会」を構成する教員全員、当該期における実習を終了した学生全員が集まり、報告は実習を終了した学生が個人毎にインターンシップ・プログラム推進委員の教員に対して行う。インターンシップ・プログラム推進委員会は、報告会の事前に配布される「インターンシップ成果報告書」、「インターンシップ評価書」と報告会における報告並びに報告に付随する質疑応答の結果全体を対象として、A（優れている）、B（やや優れている）、C（普通）、D（劣っている）の4段階で評価を行う。

「インターンシップ」担当教員は、このインターンシップ・プログラム推進委員会の評価に基づき、更に「事前指導」、「インターンシップ日誌」をも勘案して、最終的な成績評価と単位の認定を行う。

表：実習先の確保状況

実習先名	所在地	受け入れ可能人数
株式会社アイネット	神奈川県横浜市みなとみらい3-3-1	1名
株式会社イオン	千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1	1名
株式会社イオンファンタジー	千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1	1名
株式会社オンワード樫山	東京都港区海岸3-9-7	2名
クレーズ日本株式会社	東京都中央木日本橋人形町1-1-11	1名
株式会社コックス	東京都江東区新大橋1-8-11	1名
株式会社ジャパンリサーチコンサルタント	東京都台東区東上野6-23-5	1名
セドナ株式会社	東京都港区赤坂6-19-7	1名
株式会社タカキュー	東京都板橋区板橋3-9-7	2名
タルボットジャパン株式会社	千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1	1名
社団法人地域経済総合研究所	東京都渋谷区桜丘町2-9	2名
トランスコスモス株式会社	東京都渋谷区渋谷3-25-18	1名
電気化学工業株式会社	東京都中央区日本橋室町2-1-1	1名
株式会社ニューステップ	東京都中央区新川1-22-15	1名
野村證券株式会社	東京都中央区日本橋1-9-1	1名
株式会社浜銀総合研究所	神奈川県横浜市西区みなとみらい3-1-1	1名
株式会社阪急ホテルマネジメント	東京都港区新橋1-2-6	1名
株式会社フィールドメディアネットワーク	東京都港区南青山2-12-15	1名
株式会社富士経済	東京都中央区日本橋小伝馬町2-5	1名
株式会社ブルーグラス	千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1	2名

株式会社メガスポーツ	東京都中央区日本橋蛸殻町1-36-5	1名
ライフサポート株式会社	東京都新宿区歌舞伎町1-1-16	1名
ローラアシュレイジャパン株式会社	東京都渋谷区神宮前3-35-8	2名
ワタベウェディング株式会社	京都府京都市下京区烏丸通仏光寺上る二帖 半敷町671	1名

シ 編入学定員を設定する場合 その具体的計画

(1) 編入学定員計画

新学部においては、編入学定員を10名設ける。これらの編入学資格は、短期大学を卒業した者や、専修学校の専門課程を修了した者で学校教育法第132条の規定により大学に編入学することができる者、または、大学に2年以上在学して62単位以上を修得した者とし、受け入れ年次は、当該学部の3年次とする。

(2) 編入学者決定の手順

① 受験資格審査

受験資格審査は、編入後の履修に無理が生じることのないよう、大学・短期大学での既取得単位62単位を限度とする認定について事前に審査するものである。その際に、入学希望者に提出させるものとしては、修得単位を証明できるもの（成績証明書、単位修得証明書等）と講義内容のわかる書類（シラバス等）、またはその部分の写しとする。この結果、当該学部における科目として認定することが可能な既修得単位及び科目が十分にあると認められる学生に対して編入学試験を実施するものとする。

② 編入学試験

選考方法は小論文と面接によるものとする。この方法により入学後の専門教育に対する適性・勉学の意欲などについて総合的に考査する。

③ 合格者決定

入学委員会の審議を経て、原案を作成し教授会において決定する。

(3) 既修得単位の認定方法

既修得単位の認定可能単位は、必修科目を除く選択科目のうち62単位を上限とする。認定する科目に関しては既修得科目と当該学部開設科目との整合性を個別に検討した上で認定が可能であると思料される科目について単位を認定（62単位が上限）し、卒業要件単位数として加算することとする。

(4) 履修指導方法

履修指導方法としては、既修得科目として認定された科目以外の科目群から学生の進路希望に応じて、指導を担当する教員や教務課職員の助言を受けつつ他の授業科目を選択し、履修するようにする。この場合、特定の領域に履修科目が偏ることのない様、卒業までの学修を計画的、効率的に履修できるよう指導する。

チ 管理運営

東京成徳大学では、平成20年度現在において、千葉県八千代市に人文学部と応用心理学部、東京都北区に子ども学部の3学部体制となっており、各学部は東京成徳大学学則第9条の「本学の各学部に、学部の運営に関する重要事項を審議するため、教授会を置く。」及び同条第2項に基づいて設けられた東京成徳大学教授会規程を受けて教授会の運営がなされている。

新学部においても、教学面における管理運営体制はこの東京成徳大学教授会規程に基づくものとなり、教授会の役割、構成員、開催頻度の予定、審議事項の具体的な内容は次のとおりである。

①役割

学部の運営に関する重要事項を審議するための機関。

②構成員

学部長及び専任の教授、また開かれた教授会という観点から、教授会規程第2条第2項の「学部長が必要であると認めるときは、准教授、助教及びその他の職員を加えることができる。」という規定に基づいて、全専任教員をもって構成。

③開催頻度

教授会規程第4条第2項の「定例の教授会の開催は、各学部の決するところによる。」という規定に基づいて、原則として毎月1回定例に開催予定。

④審議事項

- (1) 教育課程及び教育研究に関する事項
- (2) 教員の人事に関する事項
- (3) 学生の入学及び卒業の認定に関する事項
- (4) 学生の休学、転学部、転学科、退学、除籍、転学及び留学に関する事項
- (5) 学生の厚生補導に関する事項
- (6) 学生の賞罰に関する事項
- (7) 理事長及び学長が諮問する事項
- (8) その他教育研究に必要な重要事項

なお、教授会規程第3条第2項の「教授会の審議事項を専門的に審議するため、

専門委員会を置くことができる。」という規定に基づいて、新学部における教育研究活動を支えるため、教授会の下部組織に主なものとして次の専門委員会を設ける。

- ①総務委員会…総務に関する事項
- ②教務委員会…教育課程等に関する事項
- ③学生委員会…学生の厚生補導・就職に関する事項
- ④入学委員会…学生の募集及び入学に関する事項
- ⑤FD委員会…ファカルティ・ディベロップメントに関する事項
- ⑥教育研究領域委員会…各教育研究領域における教育研究計画の実行推進に関する事項

また、東京成徳大学では、学則第8条の「本学に、学長の諮問に応じ、本学運営に関する重要事項を審議するため、大学運営委員会を置く。」の規定に基づき大学運営委員会の運営がなされている。これは学長、副学長及び既設の3学部と大学院の代表者をもって構成されており、大学全体に関わる重要な事項を審議する委員会である。新学部からも、学部の代表者として学部長がこの委員会のメンバーに新たに加わり、教授会規程第8条の「学部長は、審議事項のうち必要と認める事項について、大学運営委員会に意見を具申することができる。」という規定に基づき、新学部からの意見を東京成徳大学全体の意思決定に反映させる。

ツ 自己点検・評価

自己点検・評価については、平成8年4月、学校法人東京成徳学園に東京成徳学園教育研究改善（自己点検・評価）委員会規程が制定され、この規定に基づき本学でも東京成徳大学教育研究改善（自己点検・評価）委員会を設置した。そして、全教職員の協力を得て、教育理念・目標、教育課程、教育指導・目標、教授方法、入学者選抜、広報活動、学生生活、就職指導、研究活動、教員組織、国際交流、公開講座、図書館、管理運営等、教育研究活動の全般に亘って点検評価を実施し、これらの結果を東京成徳大学年次報告書として取りまとめ、隔年毎に公表している。（これまでに4報告書を公表した。）また、平成14年1月には、東京成徳大学教育研究改善検討委員会を設け、学部及び大学院の全学生を対象に、学生が受講している授業内容等について29項目にわたり、5段階アンケートを実施し、その結果を「現代の学生の求める授業を目指して」として刊行、公表した。

また、平成15・16年度に関する「自己点検評価報告書」を取りまとめた。これは（財）日本高等教育評価機構が作成した評価基準マニュアルに沿って作成した。

本学としては、平成20年度に同機構による第三者評価を予定している。新学部においても、既存学部におけるこのような実績を生かし、同様の体制と方法に

より実施する。

テ 情報の提供

新学部では、主に以下に示す刊行物等やホームページによって情報を提供する。提供する情報は学部設置認可申請書（一部）、学園財務状況、学部カリキュラム、シラバス、教育研究活動である。

【刊行物等】

『成徳広報』（法人発行の会報年2回）
『翠樟会報』（大学後援会発行の会報年2回）
キャンパスガイド（主に受験生用広報誌）
学生便覧（主に在学生用）
シラバス（主に在学生用）
研究紀要
自己点検・自己評価報告書

【ホームページ】

大学概要、学長メッセージ、建学の精神、沿革、
組織図、学部情報、教員紹介、交通・アクセス、財務情報、
規則・規程、自己点検評価報告書、研究紀要、教育研究活動
入試情報等

ト 教員の資質の維持向上の方策

教員の教育・研究面における資質の維持向上を図るため、FD委員会を設置し、ファカルティ・ディベロップメントに必要な企画・立案、調査研究、学部間の連携及び調整、研究会・講演会主催等の業務を行うこととする。特に①授業法研究、②研究振興については、以下に示す方法によって行う。

このFD委員会は、学部長、学科長、教務委員長及び選出の委員により構成する。

①授業法研究

専任教員ならびに兼任教員によって開講される全授業について、学生による授業評価アンケートを期末ごとに実施し、授業の現状を調査し問題点の把握に努め、より効果的な授業法の研究をする。そして、問題点や効果的な授業法についての研究成果は長期休業期間等を利用して開催される研修会にて周知され、新学部の授業方法の質の向上に役立てる。

②研究振興

教員の研究活動の活発化を図り、研究活動の促進と授業や社会に還元するために研究条件の整備に関し次のような諸活動を行う。

- ・研究成果の公開と研究交流
- ・共同研究の促進
- ・外部からの研究資金の確保

外部の研究助成機関の研究助成金公募への積極的応募

- ・学部の研究紀要の積極的利用

本学では、年刊『東京成徳大学経営学部 紀要』を編集・公刊する。紀要の発刊により、教員が日ごろの研究成果を公表する機会を得るとともに、その研究成果の社会還元を積極的に促すことができる。