

『経営学部ガイドブック』 目 次

ようこそ経営学部へ -----	2
1. 大学とは？	2
2. 経営学とは？	4
経営学部のカリキュラムの紹介 -----	5
1. 経営学部の教育方針	5
2. コース制	7
3. 共通必修科目	9
4. 演習科目等の履修制限（進級制限）	10
5. 全学共通科目	11
各コースの紹介 -----	12
1. 経営コースの概要	12
2. 情報コースの概要	14
3. 会計コースの概要	16
4. 流通コースの概要	19
5. 経営教育コースの概要	22
6. 国際ビジネスコースの概要	24
資格取得の奨励 -----	26
経営学部各賞の紹介 -----	31
1. 学長賞と学部長賞	31
2. 経営学部ゼミナール大会優秀発表賞	32
3. 経営学部奨励賞	32

ようこそ経営学部へ

新 入生の皆さん、ご入学おめでとうございます。皆さんは、さまざまな思いをもって経営学部に入られたと思います。念願の松山大学経営学部に入ることができ期待に胸を躍らせている方もいれば、「学歴」をつけるために何となく入学された方もいるかもしれません。しかし、社会は「学歴」だけで通用するほど甘くはありません。皆さんは、少なくとも「大学卒」（学士）という学歴にふさわしい「学力」を修得し、社会に受け入れられる「実力」を身につけなければなりません。そのために、松山大学経営学部で存分に学び、人間性を磨いて下さい。

経 営学部に入られたかぎりには、過去は振り返らずに、あらゆる機会をとらえて学び、多くの友人をつくり、皆さん自身の価値を高めるために、皆さんが持っている力や特性を十分に生かした大学生活を送って下さい。そして、大きく成長して、入学時より何倍も実力のある人物となって下さい。皆さんには、晴れて卒業するときに、松山大学経営学部で学んでよかったといえるようになってほしいものです。私たち経営学部スタッフは、そのために必要なことには労をいといません。困ったことや分からないこと、自分でやってみたいことや大学にやってほしいことなどがあれば、遠慮なく申し出て下さい。よろこんで、皆さんのお役に立ちたいと思います。

1. 大学とは？

ほ とんどの皆さんは、小学校から高校まで 12 年間にわたって勉学に励み、さらに大学で学ぼうとしています。大学は高校までの学校とは少し違うところがあります。

■ 学 生

皆さんは、高校までは「児童」とか「生徒」と呼ばれていましたが、大学では「学生」といわれます。この違いは、高校までの学校が教育中心の機関であるのに対して、大学は教育機関であるとともにアカデミッ

クな研究の場でもあるということが関係しています。

大学では、私たち教授は、社会で一般化されている知識や技能を教えるだけではなく、専門的な研究を行い、その成果を講義や学会発表、著書・論文などを通して学生や社会に広く還元しなければなりません。

他方、皆さんにとっては、私たち教授が教えることをただ受動的に受け入れるだけでなく、自らの意志と目的をもって能動的に学ぶことが大切になってきます。こうした学ぶ姿勢こそが「児童」や「生徒」と「学生」を区別するメルクマールではないでしょうか。

■ 貴重な時間

高校までと違って、大学では皆さんが自ら学ぶ目標を定めなければなりません。皆さんの中には、「税理士や公認会計士、情報処理技術者になりたい」、「国際ビジネスの場で活躍したい」、「学校教員や学者になって後進の指導をしたい」、「新しいビジネスを起こして実業家として成功したい」というように、すでに経営学部で学ぶ確固たる目標を持っている方もいれば、ともかく松山大学経営学部に入校したのでのんびり一休みしようと「モラトリアム」を決め込んでいる方もいるかもしれません。

確かに、厳しい受験戦争を乗り切り、ここでホッと一息つきたい気持ちはあるでしょう。しかし、「ウサギとカメ」の物語ではありませんが、油断していると4年間という大学生活はアツという間に過ぎ去り、振り返ってみれば、何も残らない無駄な4年間に終わることも少なくありません。

はつらつとした青春時代の4年間は、若木が大空に伸びるように、未来を拓くかぎ

りない力を秘めた、何事にも代え難い貴重な時間です。大志をもって青春のエネルギーを完全燃焼させれば、皆さんが思っている以上のことができるはずです。

現に、皆さんの先輩の中には、誰もが知っている大企業で社長や専務などのトップマネジメントとして活躍している方もいますし、超難関といわれる国家試験に合格して職業的専門家として成功している方もいます。また、大学院に進学して著名な学者として後進の指導育成に取り組んでいる方もいます。皆さんも頑張っってこうした先輩に続いてほしいものです。

■ 自由と目標

大学では、皆さんの自主性が尊重されます。その意味で大学は自由ですが、反面で自己責任が伴います。

高校までと違って、大学では座して待っていても与えられることはありません。したがって、皆さんが松山大学経営学部を飛躍の場にしようと思えば、強い問題意識と明確な目標をもち、その目標の達成に向けて、自らが積極的に求める姿勢が何よりも必要になってきます。明確な目標と積極的な姿勢があれば、たいいていのことはできるはずです。皆さんの人生における最も貴重な時間を大切に生きて、輝かしい未来を拓いてほしいものです。

2. 経営学とは？

皆さんはこれまでに「経営学」という言葉を聞いたことがあると思いますが、その内容については十分な知識を持っていないかもしれません。私たちもよく「経済学と経営学はどこが違うのですか」という質問を受けることがあります。一般的には「経済学が社会全体の経済の仕組みや原理を学ぶ学問であるのに対して、経営学は個々の企業の行動原理や運営の仕方を総合的に学ぶ学問である」といった説明がなされますが、必ずしも分かりやすい説明ではないように思われます。

■ 組織の運営

では、経営学とはどのような学問なのでしょう。辞書によれば、経営とは「規模を定め、くふうをこらして物事を行うこと。事業を営むこと。また、その運営のための仕組み」（岩波書店『国語辞典』）と説明されています。この説明にしたがえば、経営学とは「組織で行われる物事の処理や運営の仕組みを総合的に研究する学問」と定義することができます。

ここでいう組織には、会社に限らず、官庁、学校、病院、教会、クラブやサークル等も含まれます。つまり、皆さんが学ぼうとしている経営学は、私たち人間が集まって組織をつくり、それを運営していくために不可欠な知識や技術を扱っており、社会のあらゆる場面で役立つ学問だといえます。したがって、経営学を学ぶことで、皆さんの活躍の場も広がると考えられます。

■ 経営の4資源

組織を通じて何か物事を成し遂げるためには、人、物、金、情報といった資源が必要になります。そう考えると、経営とは「会社などの組織が資源を入手し、それを効率よく活用できるように配分すること」であ

り、経営学とは「資源を獲得・配分するための理論や制度、さらには組織そのもののあり方を総合的に研究する学問」と説明することもできそうです。もちろん、何のために組織をつくり、その組織をどのような理念に基づいて運営するかといった基本的な問題も経営学の研究対象になります。

■ 判断と感性

経営(学)をマスターするためには、人、物、金、情報に関する幅広い知識や技術だけでなく、それらをどのような考え方に基づいて配分し、組み合わせるかといった判断力や思考力を身につける必要があります。こうした力は、組織を取り巻く状況を的確にとらえる鋭敏な感性から生まれることが多いように思われます。

だからこそ、経営学を学ぶ皆さんは、社会の動向に対して常に目を向け、耳を傾けて下さい。新聞や雑誌によく目を通し、読書に努め、多くの人々の意見を聞く機会を積極的に求め、視野を広げて下さい。そうすれば、皆さんのもっている感性は一層磨かれるはずです。

経営学部のカリキュラムの紹介

経 営学を教授する松山大学経営学部の教育内容または教育体系（カリキュラム）の特徴を簡単に紹介しましょう。

1. 経営学部の教育方針

（1）経営学部の教育目的

経営学部は、松山大学の校訓「三実」（「真実」「実用」「忠実」）という建学の精神を踏まえ、幅広い教養を身につけるとともに、経営学、経営情報学、会計学、商学に基づく教育研究を通じて、将来各分野で活躍できる社会人を育成する。すなわち、幅広い教養に裏付けられた理論と実践を有し、かつ広い視野と適切な判断力を有した社会で有為な人材を育成して、広く社会の発展に貢献することを教育目的とする。（松山大学経営学部細則第1条）

（2）経営学部の教育目標

経営学部は、上記に掲げた校訓「三実」（「真実」「実用」「忠実」）の建学の精神を踏まえた教育を具現化するために、「問題発見能力（「真実」）」、「コミュニケーション能力（忠実）」、「問題解決能力（「実用」）」の3つの能力を備えた人材を育成することに資することを教育目標とする。（松山大学経営学部細則第2条）

（3）DP「卒業認定・学位授与の方針」（ディプロマ・ポリシー）

経営学部は、校訓「三実」の教育理念のもと、4年間の「講義」と「演習」を通して、企業や組織など社会で活躍するにあたって経営学部卒業生として備えていなければならない知識と技能などを培い、社会に有為な人材養成を目指します。4年間の学修を通じて、下に掲げる知識・能力・態度を身につけた学生に「学士（経営学）」の学位を授与します。

① 知識・理解

- ・ 社会が必要とする経営、情報、会計、流通、経営教育、国際ビジネス分野の専門知識を修得して活用できる。
- ・ 企業、組織と社会との関係について理解し、説明できる。
- ・ 企業、組織がもつ部門とその活動について理解し、説明できる。

② 思考力

- ・ 企業活動に伴う諸事象について論理的に考えることができる。

- ③ 汎用的技能
- ・ 企業や組織などの諸問題についてITスキルや分析手法を効果的に活用することができる。
 - ・ 問題を発見し、解決に必要な情報を収集・分析して問題を適切に解決できる。
 - ・ 他者に自己の考えを伝えること、また他者の考えを聞いて理解することができる。

- ④ 態度・志向
- ・ 社会に関する現代的な専門的教養を修得することができる。
 - ・ キャリア意識を高めて自己の職業観を明確にすることができる。
 - ・ 海外の企業や組織などについて興味・関心をもつことができる。

(4) CP「教育課程編成・実施の方針」 (カリキュラム・ポリシー)

経営学部では、企業や組織の経営、管理、運営上において必要とされる経営、情報、会計、流通、経営教育、国際ビジネスの知識や技能を修得し、定められたディプロマ・ポリシーを達成するため、以下のようにカリキュラムを編成します。

1. 1年次に「経営学部基礎演習」を配置し、2年次から「経営コース」「情報コース」「会計コース」「流通コース」「経営教育コース」「国際ビジネスコース」の6コースに専門演習を置いて、4年間にわたって指導教授を中心にした指導体制をとります。
2. 各コースでは核科目、関連科目、周辺科目、自由科目を配置して独自のカリキュラムを編成します。

3. 幅広い教養知識と専門知識および理解力、思考力、技能、意思の伝達と表現能力、社会的使命感、グローバル意識などを身につけさせるために、卒業時までに関通教育科目（キャリア教育科目を含む）、言語文化科目、健康文化科目などに加えて、各コースの専門科目を配置しています。

(5) AP「入学者受入れの方針」(アドミッション・ポリシー)

経営学部では、校訓「三実」にもとづく学部教育を通して「高い教養と専門的能力」を培い、「問題発見能力」「問題解決能力」「コミュニケーション能力」などを身につけた社会に有為の人材養成を目指しているため、次のような人物を求めています。

1. 高等学校で履修する範囲の基礎学力を有している。
2. 高等学校卒業程度の内容の文書や発言について、その内容を正確に理解できる。
3. 高等学校までの課程で体得した思考力及び思考方法に従って、自分の考えを他人に文章及び口頭で伝達できる。
4. 企業や組織の活動に強い関心を持ち、専門的に学ぶ意欲を持っている。

2. コース制

経 営学部では、皆さんの目標（学習目標・将来目標）や適性に応じて、経営の理論と実践について基礎から段階的に履修できる仕組みとして、「コース」と呼ばれる一連の授業科目履修体系を構築しています。

現 在6つのコースを設けていますが、これらのうち経営コース、情報コース、会計コースおよび流通コースの4つを「基本コース」、経営教育コースおよび国際ビジネスコースの2つを「派生コース」とし、「基本コース」を縦の線とすれば、「派生コース」は基本コースを横断した横の線として位置づけています。

（1）各コースの内容

6つのコースの内容は、次の通りです。

① 経営コース

経営の基本原則、経営の構造、経営の歴史、各種経営管理、経営戦略等に関する全般的・基本的能力を涵養し、トップマネジメントを始めとするさまざまな組織の各層で活躍できる人材の育成を中心課題としています。

② 情報コース

IT（情報技術）または ICT（情報通信技術）の進展は極めて目覚ましいもので現代は高度情報化社会とされています。本コースではこのような環境下で活躍できる人材の育成を目指しています。コンピュータの入門から高度な使い方、インターネットの経営への応用など、基礎から応用について学びます。企業活動や生産活動の数的・統計的扱い、情報資源管理、情報システム等の科目群を対象領域としています。

③ 会計コース

会計は、企業活動を数字で表現するツ

ールであり、さまざまな管理や計画等のために広く活用できます。また、公認会計士、税理士等の職業会計人や企業の経理・財務のプロを志望する場合には、このコースを選択するのが適切です。

④ 流通コース

物やサービスの移動なしに、経済や私たちの生活は成立しません。そのために必要な物流、マーケティング、商業経営、広告等に関する知識や技能を習得するとともに、流通の在り方そのものについて学びます。

⑤ 経営教育コース

企業などの組織における人材開発や教育訓練のための基礎理論や具体的なプログラムについて学びます。また、このコースを選択すれば、教員免許の取得が比較的容易となり、教職に就く道も開かれています。

⑥ 国際ビジネスコース

国境を越えた物、金等の移動や企業の国外進出に関する国際ビジネスの理論や実務、さらには、外国の言葉や風習とい

った異文化を学び、グローバル化した今後の国際社会で活躍できる人材の育成を目指しています。

(2) コース科目の構成

このように、経営学部のカリキュラムの大きな特徴はコース制を設けているところにあります。各コースの履修科目群は、同心円の形で中心から「核科目」、「関連科目」、「周辺科目」、「自由科目」の順に配置されています。「核科目」群は各コースにとって中核となる最も専門性の高い科目群から構成され、「関連科目」群、「周辺科目」群となるにつれて各コースの専門性が徐々に低くなっていきます。

全コースとも、「核科目」群から 28 単位以上、「関連科目」群から 24 単位以上、「周辺科目」群から 12 単位以上を修得しなければなりません。しかし、より専門性を高めたいと希望される方のために、「核科目」群において 28 単位を超える単位を修得した場合には「関連科目」、「周辺科目」または「自由科目」の単位を修得したものとして扱うことができるようになっています。また、「関連科目」群において 24 単位を超える単位を修得した場合には「周辺科目」または「自由科目」の単位を修得したものとして扱い、さらに「周辺科目」群において 12 単位を超える単位を修得した場合には「自由科目」の単位を修得したものとして扱うことができるようになっています。コースの専門性の観点から、皆さんの先輩たちの多くは「核科目」群を中心とした科目の履修を行っています。

こうしたカリキュラムによって、経営学部では、皆さんの自主性を尊重しつつ、柔軟に専門性を志向できるようにしています。

さらに、一部に偏った知識と視野をもった人材ではなく、幅広い知識と視野をもった専門家・実務家の育成を目指しています。

(3) コースの選択

皆さんは、6 コースの中から 1 コースを選択することになります。入学時には各コースの内容に対する理解も不十分で、皆さん自身の目標や希望が明確であるとも限らないため、入学時にコースを選択することは難しいと思われます。したがって、皆さんは、1 年次の 11 月頃、2 年次専門演習である「演習第一」の指導教授を選択するときに併せて、コースの選択を行うこととなります。そして、皆さんが選択したコースを「演習第一」の指導教授が認定することによってコースが確定します。演習第一（指導教授・研究テーマ）とコースは必ずしも一致しなくてもよいことになっていますが、コースの選択にあたっては演習第一の指導教授に十分に相談し、アドバイスを受けて下さい。一度認定されたコースの変更は、原則として認められません。

演習第一とコースを選択するときまでに、皆さん自身の目標や希望を明確にするとともに、コースの内容に対する理解を深めて下さい。そうすることが大学生活を充実させるカギになるものと思われます。明確な目標がなければ、地図と羅針盤をもたない船のように大海原をさまよい、とうてい目的地に着くことはできません。一日も早く、学ぶ目的と目標を見つけて下さい。目的地への案内と手助けは、私たち経営学部のスタッフが行います。

3. 共通必修科目

経 営学部のカリキュラムでは、学部科目の「共通必修科目」として、「経営学概論」、「簿記原理」、「経営学部基礎演習」、「演習第一」、「演習第二」、「演習第三」および「卒業論文」を指定しています。

共 通必修科目は、後に選択するコースにかかわらず、経営学部で学ぶ皆さん全員が共通で学習しなければならないものです。卒業に必要な単位数は132単位以上です。しかし、修得した単位数が132単位以上であっても、必修科目の単位をすべて修得していなければ卒業できないことに注意して下さい。

(1) 演習

私たち経営学部では、演習を重視したカリキュラムを編成しています。演習は、次のように、1年次から4年次まで継続して開講され、「卒業論文」が演習とセットになっています。

- 経営学部基礎演習（1年次）：
視野を広げ、学ぶ目標を明確にし、目標を定める。
- 演習第一（2年次）：
専門的な研究テーマについての基礎的学習を行う。
- 演習第二（3年次）：
演習第一を発展させ、より深い研究を行う。
- 演習第三（4年次）：
卒業論文作成の指導を受けるとともに、卒業後の進路について相談する。

経営学部では、これらの演習のうち「演習第一」、「演習第二」および「演習第三」を「専門演習」と呼んでいます。

演習は「ゼミナール」または単に「ゼミ」といわれます。一般に、ゼミは指導教授のもとで学生が自ら研究し、その成果につい

て発表や討論を行う形式の授業と説明されています。したがって、ゼミは志を同じくする教授と学生が対等の立場で、共通のテーマについて自由に論じ合い、そこでのディスカッションや交流を通して、学問的な刺激を受け、人間としての幅を広げる場であるといえます。その意味で、ゼミは最も大学らしい学習の場であり、また最も強い思い出が残る場でもあります。そして、卒業論文は、大学4年間にわたる学習の集大成です。演習と卒業論文の作成を通して、文書作成能力、論理的思考能力、コミュニケーション能力、プレゼンテーション能力などを向上させて下さい。

皆さんが、これから4年間研鑽努力して、松山大学経営学部での生活をかざる1ページとして立派な卒業論文をまとめられることを期待しています。私たちも、そのために必要な指導や支援を行うつもりです。頑張りましょう。

(2) 演習の選択について

「経営学部基礎演習」は皆さんが入学する前に希望を提出し、入学時には確定しています。専門演習としての「演習第一」、「演

習第二」および「演習第三」は、同一の指導教授と研究テーマのもとで継続して履修し、単位を修得していくことになっているため、入学後に行う演習の選択は「演習第一」のみとなります。演習第一の選択は大

学における皆さんの学習・研究の成果を大いに左右することになります。皆さん自身の目標を明確に定め、しっかりとした考えのもとで演習第一を選択して、目標を実現して下さい。

4. 演習科目等の履修制限（進級制限）

経 営学部では、皆さんの勉学に対する動機づけを行い、同時に学習達成度を測るために、標準学習目標として、次のような「履修制限」を設けています。

① 「演習第一」（2年次必修科目）履修制限

「経営学部基礎演習」（1年次必修科目）を含む28単位以上を修得できていない者は、「演習第一」を履修することはできない。

② 「演習第二」（3年次必修科目）履修制限

「演習第一」を修得できていない者は、原則として「演習第二」を履修することはできない。

③ 3年次配当授業科目履修制限

「演習第一」を含む56単位以上を修得できていない者は、3年次配当授業科目を履修することはできない。

④ 「演習第三」（4年次必修科目）及び「卒業論文」（4年次必修科目）履修制限

「演習第二」を含む84単位を修得できていない者は、原則として「演習

第三」及び「卒業論文」を履修することはできない。

■ 注意事項

演習科目は、継続的・段階的に履修していくことで学習成果が現れる科目です。したがって、「経営学部基礎演習」→「演習第一」→「演習第二」→「演習第三」といった流れで1年ごとに履修していくことになるため、2学年分の演習科目を同時に履修することができません。つまり、「経営学部基礎演習」を含む演習科目において単位認定が「不可」になった場合、その時点で留年が確定します。さらに、演習科目の単位を修得したとしても、一定の単位数を修得しなければやはり進級することができないため、留年が確定します。単位修得については自己管理が求められます。学習と課外活動のバランスを計り、学生生活を充実させて下さい。

5. 全学共通科目

経 営学部のカリキュラムには、これらの学部科目のほかに、全学共通の「共通教育科目」、「キャリア教育科目」、「言語文化科目」や「健康文化科目」が配置されています。皆さんが学んでみたいことを考えながら、履修科目の選択を行って下さい。

(1) 共通教育科目

松山大学において、共通教育科目は教養教育科目として専門教育科目の基礎にすえられています。経営学部では、卒業に必要な共通教育科目の単位数を「人文科学関係科目」群から4単位以上、「社会科学関係科目」群から「経済学Ⅰ・Ⅱ」(各2単位)を含めて8単位以上、「自然科学関係科目」群から4単位以上、「総合関係科目」群から「ITスキルズ」(2単位)と定めています。そして、これら18単位を超える共通教育科目群の単位を修得した場合には「自由科目」の単位を修得したものと扱われます。

(2) 言語文化科目

① 言語文化基礎科目について

経営学部では、「言語文化科目」において言語の基本的素養を育成するとともに、言語を通して異なる価値観や異なる文化を理解し、コミュニケーションが図れるような授業を重視しています。

皆さんは、英語は必修科目として履修し、1年次配当科目を4単位、2年次配当科目を2単位修得しなければなりません。ただし、英語の必修科目は、原則として入学後に決定されるコース(スタンダード・アドバンスト)に応じて指定されます。

また、英語科目とは別に、1年次配当科目のうち、ドイツ語、フランス語、中国語、

韓国語ハンデル、スペイン語から1言語を選択必修し、4単位を履修しなければなりません。

② 言語文化応用科目について

言語文化応用科目を履修する場合、当該言語の言語文化基礎科目を2単位以上修得していなければなりません。

2年次には、言語文化応用科目または必修科目を除く2年次配当言語文化基礎科目のうち、前期に2単位、後期に2単位、合計4単位を選択必修として履修しなければなりません。

なお、「言語文化演習Ⅰ～Ⅲ」を履修する場合、それぞれ原則として経営学部の「演習第一～演習第三」として認定されます。

(3) 健康文化科目

経営学部では、健康文化科目として通常のスポーツはもとより、スポーツトレーニング、レクリエーション、リハビリテーション、トレッキング、身体運動学、スポーツ医学などのユニークな科目を開講し、皆さんが「健康文化科目」を履修することを通じて、理論と実技の両面から心身の健康を科学できるようにしています。

■ 健康文化科目の履修制限に関して

健康文化科目は年間で3科目(演習を除

く) を超えて履修することはできません。

各コースの紹介

1. 経営コースの概要

(1) 経営学とは

経営学は、現代社会においてますます重要性を増している企業に代表される様々な組織の経営（マネジメント）について学ぶ学問領域です。企業という組織はいまや経済の中心です。それは、私たちの日常生活で消費されるモノや利用されるサービスの多くが企業によって提供されていることを考えれば一目瞭然です。例えば、友人と連絡を取り合うのに皆さんがよく使っている携帯電話は企業が作ったモノですし、大学に通学する際に利用する電車やバスも企業が提供しているサービスの1つです。皆さんの生活は企業との関わりなしには成り立たないことに気づくでしょう。

いうまでもなく、私たちが消費するモノや利用するサービスの多くは、一人の人間だけで成し遂げられるような簡単なことではありません。多くの人々がこの目的達成へ向けて一緒に協働するために組織というものがあるわけです。しかし、組織を作ればそれだけで自動的にうまく機能するわけではありません。組織の中の多様な人々の力を結集して初期の目的をより効率的に達成していく行為が経営（マネジメント）に他なりません。初期の目的を達成のためにどのような戦略を立てればよいのか、その戦略を実現していくためにどのような資金調達や役割分担が効率的なのか、様々な役割を担う人びとをどのように動機づけて評価していくのかなど、経営には実に多様な行為が含まれます。経営学という学問は、このように多くの人々の力を結集して初期の目的をより効率的に達成していくために必要な仕組みと原理・原則を学ぶ学問分野です。さらに経営というのは企業のみならず国家や病院、クラブサークルなどにも共通する行為であることから、経営学ではこうした多様な組織における経営のあり方を対象とする開かれた学問領域です。例えば、クラブ活動でどういったリーダー行動をとれば部員がついてきて、クラブ組織全体が活性化するかといったことも経営学の重要なテーマの1つとなるわけです。

また種々の組織における経営は、個人の生活のあり方や経済・社会のあり方にも通じています。例えば、企業の環境問題や社会的責任、国際社会における企業のあり方などは、社会全体や地球規模で考えるテーマとなります。

経営コースでは、こうした経営の多様な側面を学習するために体系的な科目を開設しています。核科目となっている「企業論」、「経営管理論」、「経営財務論」、「経営戦略論」などを中心に、各々の講義科目において、それぞれの切り口から経営の仕組みと原理・原則

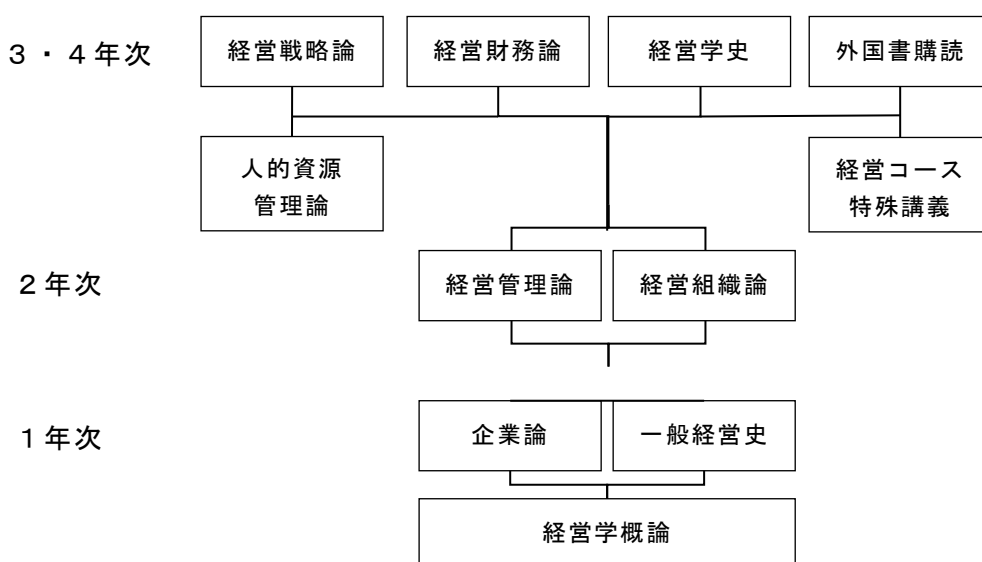
について学習していきます。

大学で経営学を学ぶ意義は、「どうしたら金儲けできるのか」といったようなノウハウを超えて、経営の現象について様々な角度から洞察することを通じて、個人や社会を見る目を養うことにあります。経営コースでの知的鍛練は、皆さんの世界観を拓け、社会に出てからも大いに役立つものとなるはずです。

(2) 履修ガイド

経営に関する様々な現象についての理解力と問題解決能力ならびに創造性を養うための専門分野・領域に関する専門的教養を身につけるために、経営コースを専攻する学生は、次のような授業科目を年次別に体系的に受講して下さい。

経営コース選択学生のための経営コース核科目の履修モデル



■ 主要核科目以外の学部専門科目の履修について

経営コース核科目以外の主要科目の配当年次は以下の通りです。

〔1年次生〕：簿記原理、商学総論、経営情報総論

〔2年次生〕：会計学通論、マーケティング論、国際コミュニケーション・スキルズ、
国際ビジネスコミュニケーション

〔3・4年次生〕：生産システム論、国際経営論

2. 情報コースの概要

(1) 情報を使いこなす

現代は高度情報化社会といわれています。皆さんも、きっと、このような言い方に親しまれて久しいことかと思えます。高度情報化社会という言葉自体、使われだしてもうかなりになりますから。にもかかわらず、情報化社会の進展は、未だ止まるところを知らず、経営管理の様々な分野における新しい応用を生みながら進展し続けています。また、このような急速な発展は情報格差（デジタルディバイド）という社会問題をも生み出しています。

20 世紀においては主として情報技術（Information Technology）という言葉が使われ、高度情報化はコンピュータシステムの高度化のように議論されていました。これに加え、現在では情報通信技術（Information Communication Technology）という「通信」を重視した言葉が使われるようになってきています。20 世紀の最後の 10 年間に発展したインターネットの利用によって大きな社会変革がもたらされるようになってきているからです。

松山大学生、とりわけ経営学部生が、21 世紀をたくましく生き抜き活躍するためには、高度情報化社会に適応する能力を身につけておくことは必須条件です。情報コースは、まさにこのために、存在しています。

情報化社会の中核となる技術、それはまぎれもなく情報科学と共に発展してきた「コンピュータ」です。情報化社会はコンピュータ社会と言い換えることもできます。経営学部生なら、コースに関係なく、全員がコンピュータに慣れ親しみ、活用しうる能力を身につける必要があります。なぜならば、皆さんが卒業後羽ばたいていく社会においては、いまやコンピュータは欠かせないものとなっているからです。とはいうものの、コンピュータはかつてのものとは形を大きく変えてきています。なかにはキーボードのないタブレット型のものや、「スマートフォン」という「電話」の一種として開発されてきたものもあります。

一昔前までは、コンピュータ教育（あるいは情報処理教育）といえば、プログラミング教育と相場が決まっていました。そしてそれは、システム開発を専門とする人向けの特殊な教育であり、それに誰も疑問を差しはさむこともなかったのです。しかし、最近では、状況は一変してきました。コンピュータの機能の向上に対する価格低下によって、コンピュータは専門家だけではない、どこにでもあるもの、快適な市民生活を営むのに欠かせない必需品となりました。

コンピュータは、単なるプログラミング機やデータ加工機能に加えて、新たに自己表現やプレゼンテーションの手段として、また情報収集や情報発信の道具として、多角的に進化してきました。先の震災においては web 上での情報交換を可能にするシステムが格段に速く稼働したことにより多くの人が恩恵を得ることができました。既存のデジタル機器（例えば携帯電話のカメラ）との組み合わせによって安否確認に活用されたのです。

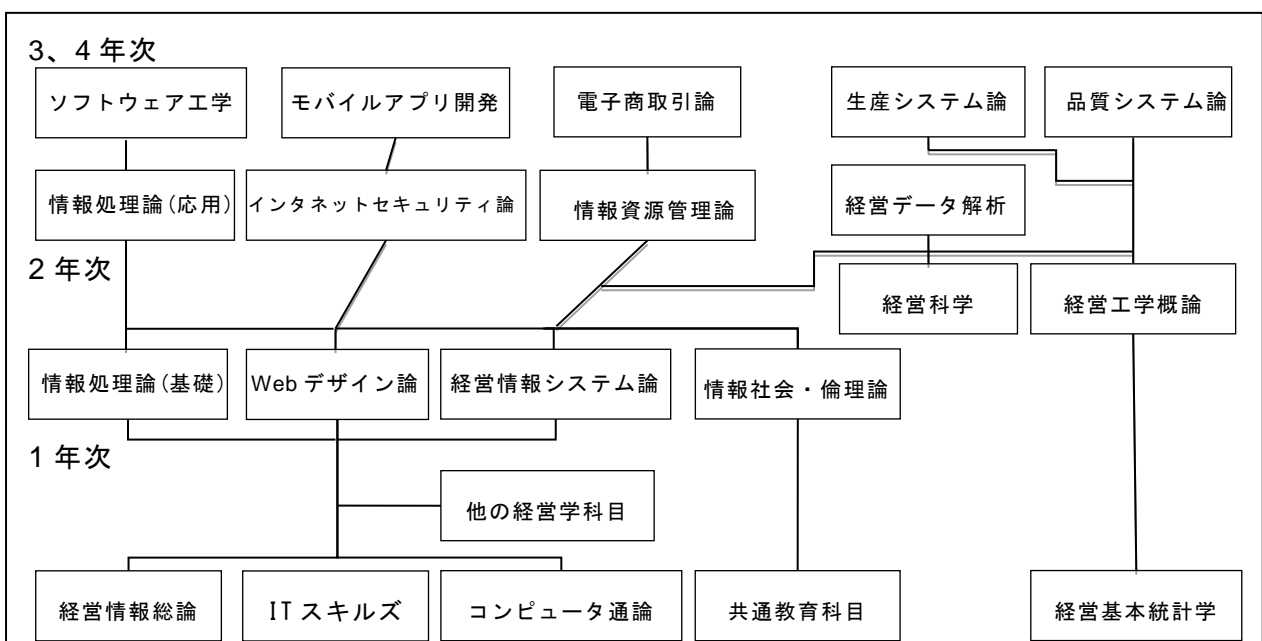
情報コースは、それではコンピュータの勉強をするのか、と何となく漠然と理解された

かもしれません。しかしこれは必ずしも正確ではありません。コンピュータ、とりわけアプリケーション・ソフトの使い方などそんなに時間がかかるものではないでしょう。むしろ、問題はそれから先、なのです。データ加工、自己表現、情報収集・発信の仕方を学んだとしても、それは、結局は、手段にすぎません。問題なのは、その中身（内容）であり、また目的です。情報コースは、必要なときに最善の方法でいつでも行使できるようコンピュータの利用技術を磨きながら、経営の高度化・良質化のために寄与すべき方法論と理論を学ぶ学問体系なのです。情報コースの学習を、目的別・分野別に箇条書きすると以下のようになります。

- ・ ITならびに ICT の利用技術に一層磨きをかけます。
- ・ 情報科学の視点から、ITならびに ICT のハード・ソフト両面の理論を学びます。
- ・ プログラミング技術を学びます。上を含めて ITならびに ICT の専門家になるには、依然、大切な科目です。「基本情報技術者試験」でも一部出題があります。
- ・ 合理的・科学的経営のための理論と手法を学びます。
- ・ ITならびに ICT と社会や経営との関わりについて学びます。
- ・ 各種の情報関連資格で必要なスキルを身に付けます。

ここでは合理的・科学的という言い方をしました。定性的、観念的、叙述的でなく、定量的、実用的、数学的に物事を考えよう、ということです。コンピュータ・プログラミングには論理的な思考が要求されます。情報コースは、経営学部内では、一番理数系寄りかもしれません。しかし、高度な数学は（学びたい方には勿論チャンスがありますが）使いません。数学的センスがあれば十分ですし、学びの中で論理的な思考能力を身につけることになるでしょう。さあ、みなさん、情報コースで共に学びませんか。

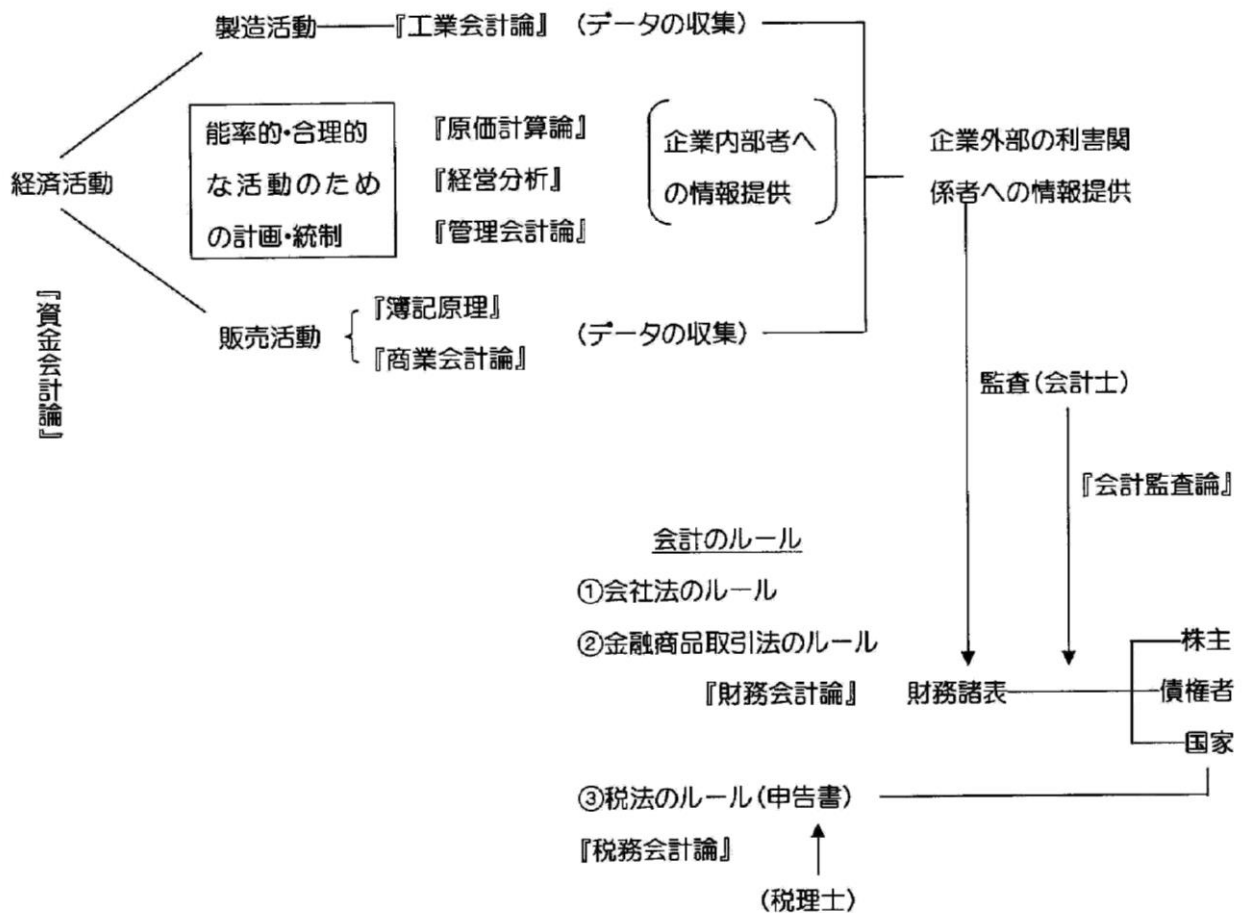
（２）履修モデル・カリキュラムマップ



3. 会計コースの概要

(1) 企業の経済活動と会計科目

大学で学ぶ会計関係の分野は、簿記、財務会計論、原価計算論、管理会計論、会計監査論、経営分析、税務会計論などがあります。これについては、次の図を見て下さい。



企業は、利益の稼得のために、資金を投下し、財を調達し、生産過程に投入して製品を製造し、それを販売して投下した資金以上のものを回収します。この経済活動を効率よく合理的に遂行するために、事前にさまざまな計画を立て、その計画にしたがって活動が行われるように統制するのを学ぶ「管理会計論」があります。そして、その経済活動がどの程度うまくいき、どの位の利益が出たかを知るため、目標と実績との比較が必要です。そのためにはデータが必要ですが、製造活動のデータと販売活動のデータを簿記(「簿記原理」、「工業会計論」、「商業会計論」)によって得ます。得られたデータをもとに分析し(「経営分析」)、経営者は新たな計画を立てます。また、激しい競争のもとでは製品の原価を下げなければ利益は望めません。そこで原価計算が重要な課題となります(「原価計算論」)。さ

らに、製造・販売活動には資金が必要ですが、この資金不足が起こらないように計画的に運用することを学ぶのが「資金会計論」です。このように、経営者の判断の資料として企業の経済活動を数値的に把握するのが会計の一つの役割です。

このような資料はまた、企業外部への情報として提供されます。これによって外部の利害関係者はその企業の経営効率とか利益や財産の額を知ることができます。それは、財務諸表といわれるものによって行われます。しかし、この場合には法律的な制約があります。会社法と金融商品取引法による会計のルールにしたがって、データが加工されます。企業内部での会計は自分が心でいろいろなことを考える場合と同様に制限はありませんが、これを他人に伝えようとするときには、言葉という共通の決まりを守らなければ意思の伝達は不可能なように、一定の決まりを守って伝達することが要請されているのです。このルールについて、なぜそのようなルールがあるのか、あるいは、そのルールは適切なものであるのかということを知るのが「財務会計論」(財務諸表論)です。しかし、財務諸表は企業の経済活動を適正に表現しないことがありますので、企業とは利害関係のない独立した第三者である公認会計士によって財務諸表が企業の内容を適正に伝えているかどうか調べられ、それについての意見が述べられるようになっていきます(「会計監査論」)。適正であるという意見であれば、その財務諸表は信頼できるのです。この財務諸表は、株主や債権者などに公開されます。このような外部への報告の役割も会計はもっています。また、企業は税金の申告をしなければなりません。そのときに税理士が申告書の作成の手助けをすることがあります。この申告書は、税法のルールにしたがって作成されます。これについて学ぶのが「税務会計論」です。また、財務諸表はいろいろな角度から分析されて、企業の特徴や健康状態などが判断されます。これが「経営分析」と呼ばれるものです。

なお、経営学部には、このほか、会計全般について基礎的理論を学ぶ「会計学通論」、情報化に対応してパソコン利用による会計情報のデータ処理とその利用を学ぶ「会計情報解析論」、企業活動の国際化にともなう会計問題を扱う「国際会計論」、原書から会計学を学ぶ「外国書講読」などの講義があります。

(2) 履修ガイド

会計とは、企業の経済活動を財務的に表現する行為(またはツール)です。

会計コースでは、企業の経済活動を会計という行為によって認識・測定・報告するプロセスを理解した上で、財務諸表(会計報告書)の作成だけではなく、財務諸表に表されている会計データを分析し、企業評価を行うことができる応用的能力を有する人材を育成することを目標としています。

会計を理解するためには、企業の経済活動が財務諸表に表現されるプロセスを理解する必要があり、簿記の理解のほか、簿記と表裏一体の関係にある会計理論の理解が必要です。会計コースでは、1年次に最も基礎的な入門科目(初級科目)、2年次に基礎的科目(中級科目)、3・4年次に応用科目(上級科目)を配当し、段階的に履修・学習することによって、会計学を体系的に理解できるカリキュラムとなっています。なお、簿記の力をつけた人のために、松山大学では「簿記会計講座」が開設されていますから、それを利用する

のが時間的にもコスト的にも便利です。

次の図「会計コースの履修モデル」は、会計学を体系的に理解するためにはどの科目から履修し、単位を修得していけばよいのかを示したものです。履修の時の参考にして下さい。

また、どのゼミ（専門演習）を選択するかですが、ゼミのテーマから大きく分けると、企業活動のコントロールのために会計データを利用する管理会計部門、会計データを外部に報告する財務会計部門の二つがあります。会計士・税理士の受験を考えているのであれば、財務諸表論を研究する財務会計部門が適当でしょう。

会計コース 履修ガイド



4. 流通コースの概要

(1) 「流通」とはどのようなことを取り扱う学問なのか？

現代社会に生きている私たちは、さまざまな商品を使用・消費しながら、日常生活を送っています。日常生活で使用・消費する商品は、そのほとんどが、生産者や製造業者（企業）などの“他人”が生産したものです。私たちは、そのような“他人”が生産した商品を、必要な時お店に出向いて、必要な量買うことで、何不自由のない日常生活が送れているのです。

「流通」とは、生産者によってつくられた商品が、私たち（消費者）の手元に届くまでの社会的経済的移転現象のことを言います。したがって、流通とは、生産（者）と消費（者）とを結びつける役割を果たすもの、と捉えることができます。円滑に日常生活が送れるのも、生産者によってつくられた商品が、消費者が買い物に行くお店（小売店）まで、きちんと運ばれてくる、という役割を、流通が果たしているからです。このような商品の流れが仕組みとしてうまくできていないと、経済も国民生活も混乱することになってしまいます。

このように、日常生活を円滑に送るために重要な役割を果たしている流通には、その流通の担い手として「卸売業者」と「小売業者」が存在しています。わが国には、卸売業者（卸売商店）約 38 万店、小売業者（小売商店・小売店）約 102 万店、従業者数は、卸売業で約 393 万人、小売業で約 769 万人、あわせて 1,160 万強の人が就業しています（平成 26 年『商業統計』確報より）。私たちは卸売業者と直接的に取引することがないため見落としがちですが、私たちが小売店に買い物に行った時に、必要な商品が店頭で並べられている状況をつくり出すために、卸売業者は大変重要な働きをしてくれています。ひとくちに卸売業・小売業と言っても、様々なタイプのもがあります。卸売業や小売業の種類については、詳しくは流通コースの各講義の中で学習していくこととなりますが、例えば私たちが買い物に行く小売店には、コンビニエンス・ストア、百貨店、スーパーマーケット、ディスカウント・ストアなどがありますね。こういった小売店の特徴や戦略について学習するのも、流通コースの特徴の 1 つとなっています。

流通を学習するにあたっては、生産者によってつくられた商品が消費者の手元に届くまでに、(1)どのような流通機関（卸売業者や小売業者）を介在させる必要があるのか、そして、(2)どのような機能や役割を果たしていく必要があるのか、また、(3)どのような商品をどの流通業者が取り扱うのが適切か、といった 3 つの観点からアプローチをしていくこととなります。そして、このような観点をもとにして、みなさんも学習を進めていくこととなります。

- 流通コースでは、以上で見てきたことについて、「商学総論」という科目で、全体像を学ぶこととなります。そして、商品がどのように生産者から消費者まで届けられるのか、ということについての仕組みを学ぶのが、「流通論」や「貿易論」、「ロジスティクス論」

といった科目となり、その流通を円滑にさせるための支援とその仕組みについて学ぶのが、「保険論」や「リスク・マネジメント論」、「銀行論」などとなります。また、「商業史」という科目では、流通がどのように発展してきたのか、ということや、流通に携わるビジネスについて、歴史的に紐解いていくこととなります。

(2) 企業が販売する商品について考えるのが「マーケティング」

今度は、われわれが買う商品をつくっている企業（製造企業・メーカー）の視点から見てみましょう。

商品は消費されるためにつくられている、と捉えることができます。生産者が、消費者ニーズを無視して、漠然と商品をつくっていたのでは、消費者は注目しませんし、誰も買ってはくれないうでしょう。消費者が品質、機能、便利性、快適性などを追求する現代においては、消費者ニーズがますます個性化、多様化、高度化し、一様には捉えられなくなってきました。そうであればこそ、生産者は消費者が何を考え、何を求めているのかについてより一層的確に把握しなければ、売れる商品を提供することなど不可能だと言えるでしょう。そこで、消費者の実態やニーズを的確に捉えることで、消費者が買いたくなるような魅力的な商品をつくり出し、販売していくために必要なすべての活動を担うのが「マーケティング」となるのです。

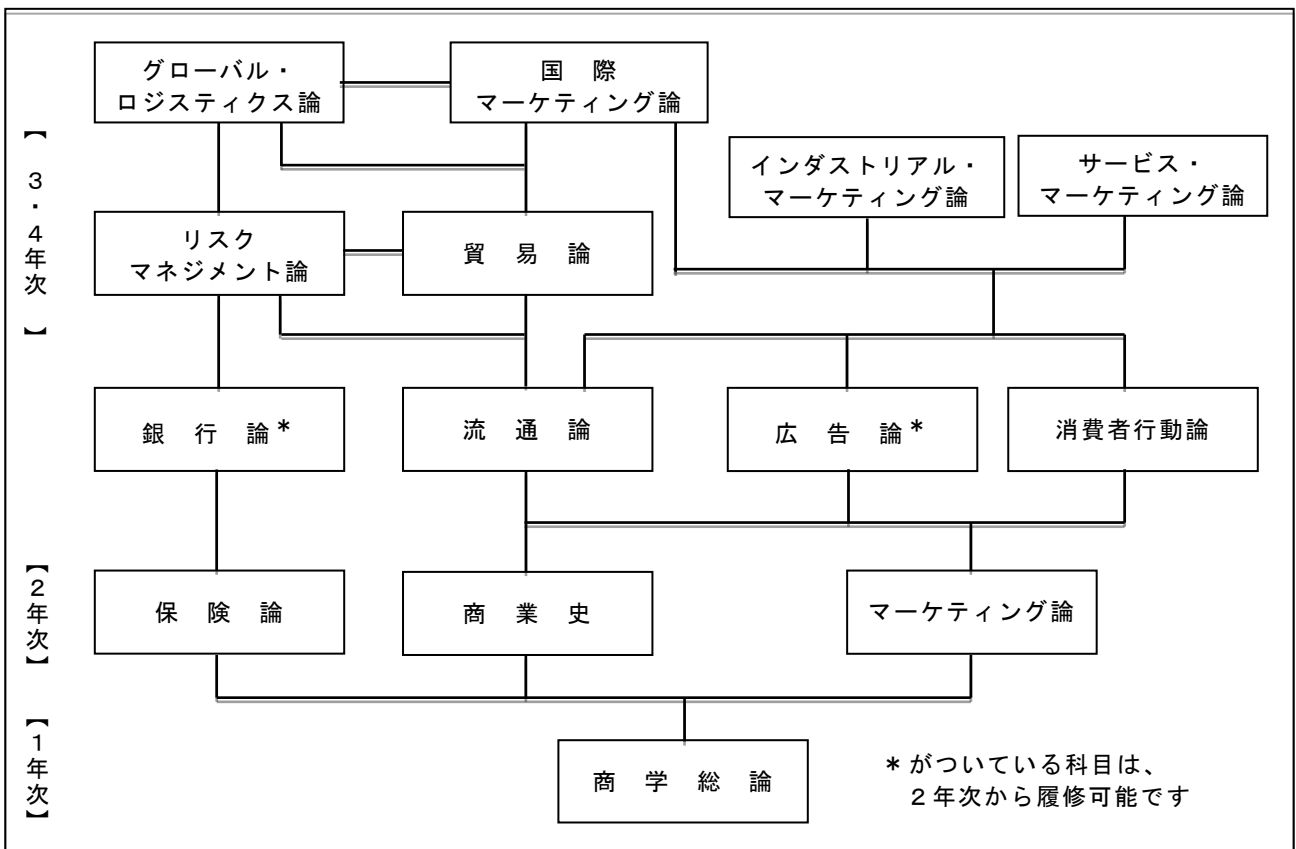
企業（製造企業）は、消費者が買いたくなるような商品をつくるために、様々な活動を行っています。たとえば、買い手である消費者はどのようなニーズを持っているのかについて知る活動をしていたり（マーケティング・リサーチ）、どのような商品につくり上げていったら消費者にとって価値や魅力がある商品となるのかについて検討したりしています（製品戦略）。またその他にも、その商品は、どのような価格であったら買ってもらえるのか、ということも検討しなければならないですし（価格戦略）、どのような小売店に売られていたら消費者が買いやすいのかを検討しながら、どのような経路でその小売店まで届けるのか、ということも検討しなければなりません（流通チャネル戦略）。しかし、これらの活動だけで商品が売れることはない、と言えます。それは、そもそも、消費者がその商品が存在することや、その商品の良さなどを知らなければ、購買につながらない、と考えられるからです。そこで、商品が消費者にとってどのように役立ち、どのような魅力を持つのか、また、その商品が購入できる場所はどこか、などについて、消費者に“広く知らせる＝広く告げる”ことが極めて重要となってきます。すなわち、広告などを通じてプロモーション（販売促進）し、“買いたい”という欲望を刺激していく活動が必要不可欠となるのです（プロモーション戦略）。私たちが普段目にするテレビCMや広告などは、こういった考えのもとに取り組みされている活動だ、と考えることができます。

2年次生以降で履修することのできる「マーケティング論」では、上記以外にも、どのような市場や消費者をターゲットにすべきか、といった分析方法を含め、マーケティングというビジネス実務の一連の活動について、総合的に学習することとなります。

- 流通コースでは、「マーケティング論」という科目の他にも、サービスの売買について学習する「サービス・マーケティング論」や、海外市場を視野に入れたマーケティング展開について学習する「国際マーケティング論」という科目が開講されています。また、買い手である消費者について深く知る科目として「消費者行動論」や、消費者の欲望を刺激して、需要を喚起するためのプロモーション戦略について掘り下げていく「広告論」などが開講されています。

(3) 履修ガイド

流通コースでは、上記で紹介した科目の他にも、様々な科目を用意しています。以下のカリキュラム・マップは、流通コースの核科目をベースとした学習モデルです。めまぐるしく変化していく流通の世界を理解するために、流通コースの様々な科目を利用して、専門的知識を習得していきましょう。



5. 経営教育コースの概要

(1) 人という資源

経営の4資源として、人、物、金、そして情報があり、経営学とは「こうした資源を手し、それを効率よく配分・活用するための理論や制度、さらには組織そのもののあり方を研究する学問」といわれています。このコースでは、とりわけ「人」について、より深く学ぶことができます。ここに、このコースの一つの特色があります。

企業社会の変化に対応し、人材開発、企業内教育、学習企業という言葉をしばしば耳にします。会社に入ってくるまでに身につけた知識と能力だけでは、退職まで通用しなくなってきたのです。近年の急速なIT化への対応などがわかりやすい例ではないかと思えます。こうした社会の変化に対して、真に強い企業は、優秀な人材を集めてくるだけでなく、教育によって社員の能力を高め、社内で優秀な人材を育て、活かしていています。このように、「人」という資源をどう活用するかは、経営学のなかでも重要な柱の1つなのです。

大学を卒業してからも、みなさんはいろいろな「教育」の場面に出会うはずです。たとえば、松山大学を卒業して就職したばかりの人たちは、大なり小なりなんらかの社会人研修を受けることとなります。このとき、研修をおこなう側の職員は、広い意味で「教育」に関わっていると言えます。また、仕事に慣れてきてからは、次に入ってくる後輩たちに対して、仕事をしながら指導をおこなうこととなります。これもまたOJTという職場内訓練です。あるいは、パソコンのインストラクターや塾講師など、教えることを職業とするかもしれません。このほかにも、結婚してから子どもを産めば、子どもに対して教育をおこなっていくこととなります。

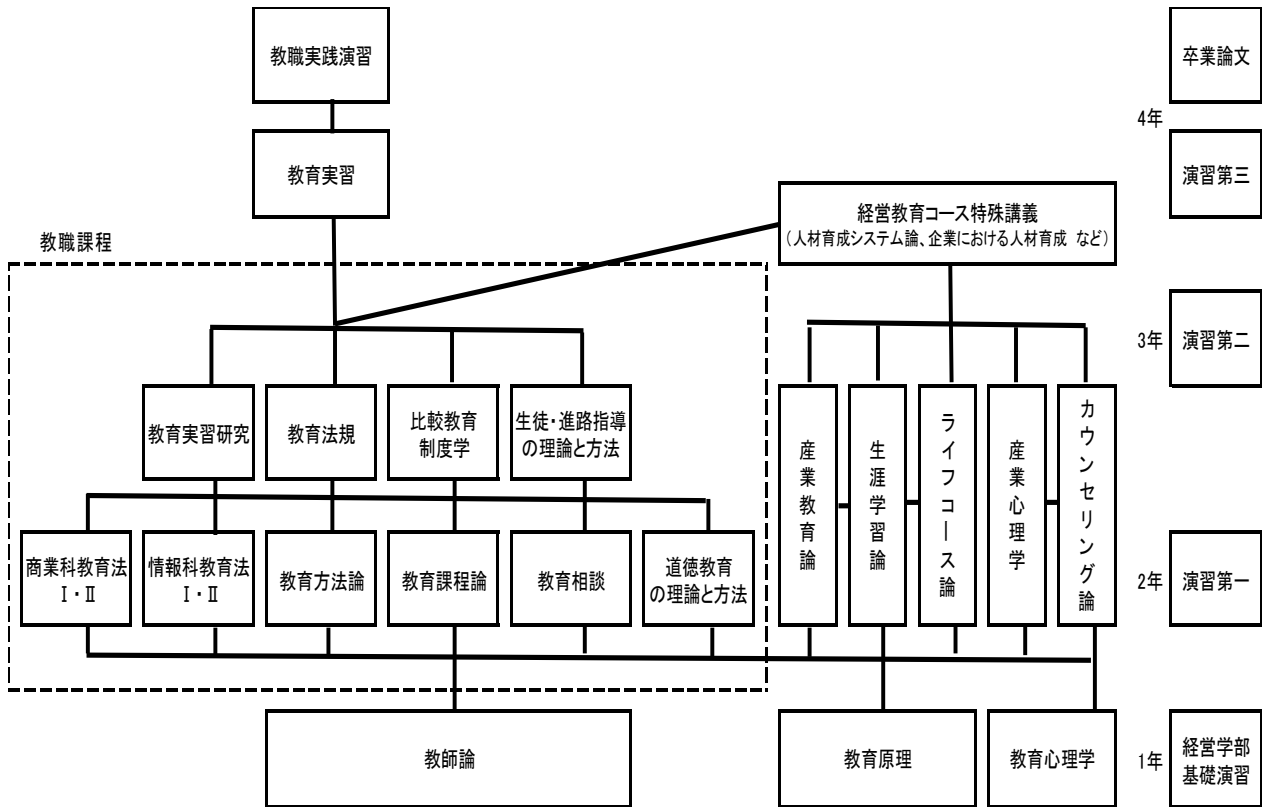
また、社会のいろいろなところで心理学が応用されています。たとえば、どうすれば社員はやる気を出すのか、そのための給与体系のあり方や職場環境のあり方、上司一部下の関係はどうあるべきかなどはいつの時代にも会社員の重要な話題の1つです。ほかにも商品の売り方やマーケティングにも心理学が関わってきますし、事故を起こさない設計などにも関わってきます。

このように社会、企業、産業には人が関わってくるわけですから、現代の企業・産業を理解するためには、経営学の知識に加えて、教育学や心理学を学ぶ意義はますます高まっています。その意味で、経営教育コースは、将来、企業で研修的な仕事に就きたいという人などに最適なコースであるといえます。このコースのカリキュラムを通して、人を育てるとはどういうことかについてしっかり学んで、考えてみて下さい。

また、当然のことながら、中学校・高等学校の教員になりたいと考えている人にとってもこのコースをお奨めします。このコースでは、多くの教職専門科目が卒業単位に認められますので、松山大学の他の学部や他のコースよりも効率的に教員免許状が取得できます。最近では、とくに「心の教育」、「学級崩壊への対応」など教師の教育の専門家としての力量が求められていますので、こうした点を重点的に学んでいきたいのであれば、ぜひこのコースを取るべきでしょう。

(2) 履修ガイド

教職課程中心に履修するモデルと人材育成全般を学ぶモデルが代表的です。



6. 国際ビジネスコースの概要

(1) 事業経営のグローバル化と求められる人材

近年、「経済のグローバル化」、「グローバル戦略」、「グローバル経営」など、グローバルという言葉を目にする機会が多くなると考えられます。

「グローバル」(global)という言葉は、グローブ (globe : 地球儀、地球、球状のもの) の形容詞形で、その意味は、「地球全体の、世界的な、全体的な、包括的な」というように訳されています。

今後、地球的規模で拡大を続ける経済・産業、さらには事業活動において、国・地域間の取引活動、金融・投資活動、物流、人的交流等の活動にはグローバルな視点による理解と分析、そして変化の激しい環境に対する適応能力が求められます。

現代企業の事業活動における特徴の1つは、企業規模の大小を問わず、企業は顧客獲得のために国・地域を超えて事業活動を営んでいることです。

国際ビジネスコースは、地球的規模で拡大する企業活動における経営現象について多面的な視野を養い、企業活動における管理、組織運営、事業戦略、人材育成などに関して問題発見能力、問題解決能力、コミュニケーション能力等を育成することを目的で設置されたコースです。

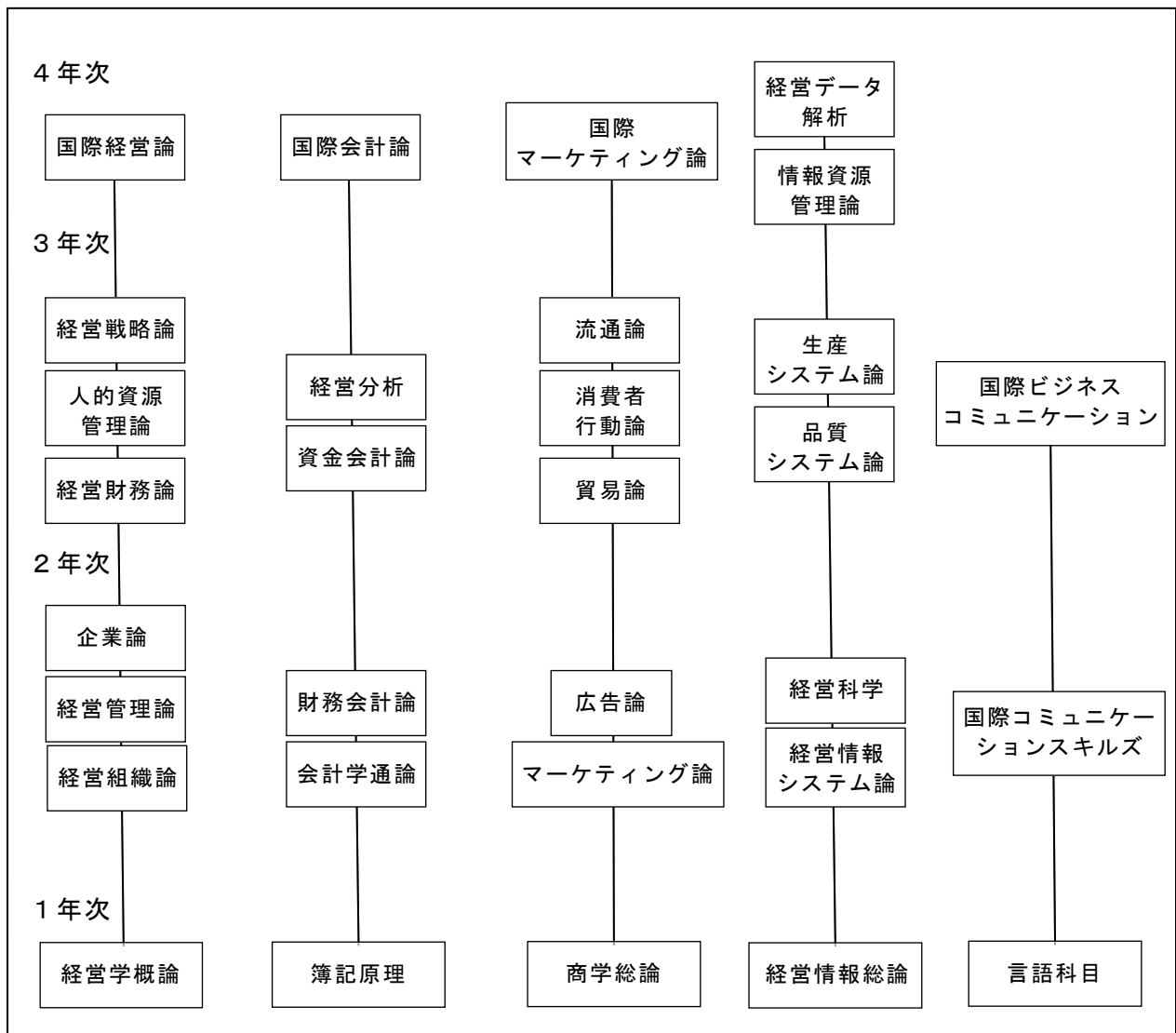
当該コースを選択する学生には、例えば、大学を卒業後に国内外の大学院へ進学しより専門的な職業に就くための学位を取得したい、起業してビジネスを海外にも展開したい、或いは学生時代に異なる文化や言語を体験し国際的に活躍できるキャリア（職歴）形成をしたいなど、国・地域を超え異なる文化や価値観という環境下で自分のキャリア形成したいと考える学生に特にお勧めしたいと考えます。

国際ビジネスコースを専攻する学生諸君には、経営に関する主要な専門科目の履修とともに、言語やコミュニケーションに関する科目、そして外国語検定試験にもチャレンジして頂きたいと思っております。

(2) 履修ガイド

次のページに示したチャートは、経営学部で開講される各領域の主要科目とその年次別配当をもとにして、国際ビジネスコースを専攻した学生が卒業までに履修し、単位取得して頂きたい標準的な履修モデルです。

履修モデル



資格取得の奨励

経 営学部では、入学後受講した関係科目等を基礎として、さらに学習を進めて資格を取得することを奨励し、取得した資格に応じて単位認定を行っています。単位認定される資格（または試験科目）や基礎となる科目等については、[表 1]～[表 5]を参照して下さい。なお、外国語検定に関しては、全学部共通事項です。詳細は、『学生便覧』を参照して下さい。

認 定される単位数は、年間履修単位数（48 単位）の枠外ですが、要卒業単位数（132 単位）に算入されます。なお、単位互換、大学以外の教育施設等における学修等について単位認定できる単位数の上限は、入学前後にかかわらず、合わせて 60 単位となっています。

単 位認定の申請については、指定した資格を取得（または試験に合格）した年度の翌年度の履修登録締切日〔卒業可能年度においては資格を取得（または試験に合格）した年度の 1 月末〕までに、①申請書に②資格取得（または試験合格）の証明書の原本およびそのコピーを添付して教務課に提出して下さい（原本は確認後返却します）。また、①休学中に取得した資格（または合格した試験）については単位認定を行わない、②虚偽申請が判明したときは単位認定を取消すことになっていますので注意して下さい。

[表 1] 検定経営学

認定科目名	認定単位数	資格試験	基礎となる科目
検定経営学Ⅰ	2	経営学検定試験初級	経営学概論、企業論、経営管理論
検定経営学Ⅱ	4	経営学検定試験中級	企業論、経営管理論、経営戦略論、経営組織論、人的資源管理論、経営財務論、
検定経営学Ⅲ	4	経営学検定試験上級	マーケティング論、商業会計論、工業会計論、経営分析
検定経営学Ⅳ	4	中小企業診断士第 1 次試験	経営管理論、経営戦略論、経営組織論、人的資源管理論、経営財務論、マーケティング論、商業会計論、工業会計論、資金会計論、経営分析、

検定経営学Ⅴ	4	中小企業診断士第2次試験	経営情報システム論、生産システム論、民法Ⅰ（総則）、民法Ⅱ（物権）、民法Ⅲ（債権総論）、民法Ⅳ（債権各論）、商法総則・商行為法、会社法、手形小切手法、ミクロ経済学Ⅰ・Ⅱ、マクロ経済学Ⅰ・Ⅱ
検定経営学Ⅵ	4	証券アナリスト資格試験第1次試験（3科目すべて合格が条件）	経営財務論 経営分析
検定経営学Ⅶ	4	証券アナリスト資格試験第2次試験	マクロ経済学Ⅰ・Ⅱ

注1)「検定経営学Ⅱ」においては、「検定経営学Ⅰ」（2単位）まで修得したとみなしての単位認定は行わない。

注2)「検定経営学Ⅲ」においては、「検定経営学Ⅰ」（2単位）および「検定経営学Ⅱ」（4単位）まで修得したとみなしての単位認定は行わない。

[表2] 情報資格

認定科目名	認定単位数	資格試験	基礎となる科目
情報資格Ⅰ	2	ITパスポート試験	経営情報総論、コンピュータ初級、コンピュータ通論、経営基本統計学
情報資格Ⅱ	4	基本情報技術者試験	経営情報システム論、経営工学概論、経営科学、情報処理論（基礎）、情報と職業、情報社会・倫理論、Webデザイン論
情報資格Ⅲ	4	情報セキュリティマネジメント試験	コンピュータ初級、コンピュータ通論、情報処理論（基礎）、情報処理論（応用）、情報コース特殊講義
情報資格Ⅳ	4	応用情報技術者試験	生産システム論、品質システム論、経営データ解析、情報資源管理論、情報処理論（応用）、情報コース特殊講義

情報資格 V	4	ITストラテジスト試験、システムアーキテクト試験、プロジェクトマネージャ試験、ネットワークスペシャリスト試験、データベーススペシャリスト試験、エンベデッドシステムスペシャリスト試験、 情報処理安全確保支援士試験 情報セキュリティスペシャリスト試験 、ITサービスマネージャ試験、またはシステム監査技術者試験	経営情報総論、コンピュータ初級、コンピュータ通論、経営基本統計学、経営情報システム論、経営工学概論、経営科学、情報処理論（基礎）、情報と職業、情報社会・倫理論、Web デザイン論、生産システム論、品質システム論、経営データ解析、情報資源管理論、情報処理論（応用）、情報コース特殊講義
--------	---	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

[表 3] 検定簿記会計

認定科目名	認定 単位数	資格試験または試験科目	基礎となる科目
検定簿記会計 I	2	簿記検定試験 3 級（日本商工会議所）または簿記能力検定試験 2 級（全国経理学校協会）	簿記原理
検定簿記会計 II	4	簿記検定試験 2 級（日本商工会議所）または簿記能力検定試験 1 級（全国経理学校協会）	商業会計論、工業会計論
検定簿記会計 III	8	簿記検定試験 1 級（日本商工会議所）または簿記能力検定試験上級（全国経理学校協会）	商業会計論、工業会計論、原価計算論、管理会計論、財務会計論、資金会計論、国際会計論
検定簿記会計 IV	8	税理士試験「簿記論」	商業会計論、工業会計論、原価計算論、管理会計論、財務会計論、資金会計論、国際会計論
検定簿記会計 V	8	税理士試験「財務諸表論」	
検定簿記会計 VI	20	公認会計士試験短答式試験	商業会計論、工業会計論、原価計算論、管理会計論、財務会計論、資金会計論、経営分析、国際会計論、会計監査論、商法総則・商行為法、会社法
検定簿記会計 VII	24	公認会計士試験論文式試験「会计学」	商業会計論、工業会計論、原価計算論、管理会計論、財務会計論、資金会計論、経営分析、国際会計論
検定簿記会計 VIII	8	公認会計士試験論文式試験「監査論」	会計監査論
検定簿記会計 IX	8	公認会計士試験論文式試験「企業法」	商法総則・商行為法、会社法

検定簿記会計Ⅹ	8	公認会計士試験論文式試験 「経営学、経済学、民法または統計学」	経営学概論、経営管理論、経営組織論、人的資源管理論、経営戦略論、経営財務論、ミクロ経済学Ⅰ・Ⅱ、マクロ経済学Ⅰ・Ⅱ、民法Ⅰ（総則）、民法Ⅱ（物権）、民法Ⅲ（債権総論）、民法Ⅳ（債権各論）、経営基本統計学、統計学総論Ⅰ・Ⅱ
---------	---	------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

注1)「検定簿記会計Ⅰ」においては、簿記検定試験3級（日本商工会議所）と簿記能力検定試験2級（全国経理学校協会）のいずれか1つについて認定するので、両方の資格を取得しても4単位とはならない。

注2)「検定簿記会計Ⅱ」においては、簿記検定試験2級（日本商工会議所）と簿記能力検定試験1級（全国経理学校協会）のいずれか1つについて認定するので、両方の資格を取得しても8単位とはならない。また、「検定簿記会計Ⅰ」（2単位）まで修得したとみなしての単位認定は行わない。

注3)「検定簿記会計Ⅲ」においては、簿記検定試験1級（日本商工会議所）と簿記能力検定試験上級（全国経理学校協会）のいずれか1つについて認定するので、両方の資格を取得しても16単位とはならない。また、「検定簿記会計Ⅰ」（2単位）および「検定簿記会計Ⅱ」（4単位）まで修得したとみなしての単位認定は行わない。

[表4] 検定税法

認定科目名	認定 単位数	試験科目	基礎となる科目
検定税法Ⅰ	8	税理士試験「法人税法」	税務会計論、租税法
検定税法Ⅱ	8	税理士試験「所得税法」	租税法
検定税法Ⅲ	8	税理士試験「相続税法」	
検定税法Ⅳ	8	税理士試験 「消費税法または酒税法」	
検定税法Ⅴ	8	税理士試験「国税徴収法」	
検定税法Ⅵ	8	税理士試験 「住民税または事業税」	
検定税法Ⅶ	8	税理士試験「固定資産税」	
検定税法Ⅷ	8	公認会計士試験論文式試験 「租税法」	

注)「検定税法Ⅰ～Ⅶ」において単位認定できる単位数の上限は、24単位までとする。

[表5] 流通資格

認定科目名	認定 単位数	資格試験	基礎となる科目
流通資格Ⅰ	2	リテールマーケティング (販売士) 検定2級	商学総論、マーケティング論、流通論
流通資格Ⅱ	4	リテールマーケティング (販売士) 検定1級	

注)「流通資格Ⅱ」においては、「流通資格Ⅰ」(2単位)まで修得したとみなしての単位認定は行わない。

経営学部各賞の紹介

1. 学長賞と学部長賞

松 山大学および経営学部では、学生の学習意欲を向上させるため、成績優秀者に対して、「学長賞」および「学部長賞」を授与しています。いずれも GPA によって評価されますが、学長賞が在籍年間の成績で評価するのに対し、学部長賞は1年間の成績で評価します。

学 部長賞は、年間の成績で評価するため、高学年になってから勉学意欲を向上させ、優秀な成績を修めるようになった学生の受賞が可能で、気持ちを新たに新学年を迎えた学生の年間目標となることを期待して設けています。

受 賞者は、2年生、3年生、4年生の学年別（学籍番号の最初の4桁で識別できる同一入学年度別）に、前年度の GPA による成績の各上位10位までの者です。学部長賞の受賞者には、表彰状と記念品（図書カード¥5,000分）が授与されます。受賞者は、就職のときなどの履歴書に受賞を記載することができます。

■ 加重平均点（GPA）の算出方法

GPA

$$= \frac{(\text{前年度のSの数} \times 4) + (\text{前年度のAの数} \times 3) + (\text{前年度のBの数} \times 2) + (\text{前年度のCの数} \times 1)}{\text{前年度の年間総履修単位数}}$$

- * 1) 前年度に40単位以上を修得している学生を対象とします。
- * 2) 資格取得によって認定された単位も、その単位数を分母および分子に加えて計算します。

■ 次の順で上位者を決定します。

- ① 加重平均点（GPA）の高さ
- ② 加重平均点（GPA）が同じ場合は、Sの単位数の多さ
- ③ Sの単位数が同じ場合は、Aの単位数の多さ
- ④ Aの単位数が同じ場合は、Bの単位数の多さ

2. 経営学部ゼミナール大会優秀発表賞

経 営学部では、演習（ゼミナール）を中心に学部の教育目標の達成を目指しており、その一環として、毎年秋に学習成果を発表するゼミナール大会を開催しています。発表者は主として演習第二（3年次演習）生です。

ゼ ミナール大会は、正規の教育課程に含まれるものではありませんが、演習での学習をより深化させる機会となります。また、個々の演習での学習成果を多くの聴衆に向かって発表することによって、①プレゼンテーション能力の向上、②ディベートを中心としたコミュニケーション能力の向上、③グループワークの効果などが期待されます。

経 営学部では、ゼミナール大会で優秀発表賞を設けています。経営学部ゼミナール大会優秀発表賞の受賞者には、表彰状と記念品（昨年度は図書カード¥2,000分）が授与されます。受賞者は、就職のときなどの履歴書に受賞を記載することができます。

3. 経営学部奨励賞

経 営学部では、松山大学において表彰の対象とならない領域で、特に顕著な活動を行った経営学部学生、または、特に他の模範とするに足る行為があった経営学部学生を表彰するために、奨励賞を設けています。受賞者は、指導教授の推薦に基づいて決定されます。

経 営学部奨励賞の受賞者には、表彰状が授与されます。受賞者は、就職のときなどの履歴書に受賞を記載することができます。