

福島工業高等専門学校		開講年度	平成30年度 (2018年度)	授業科目	特別研究Ⅱ
科目基礎情報					
科目番号	0045		科目区分	専門 / 必修	
授業形態	実験・実習		単位の種別と単位数	学修単位: 7	
開設学科	ビジネスコミュニケーション学専攻（ビジネスコミュニケーション学コース）		対象学年	専2	
開設期	通年		週時間数	3.5	
教科書/教材					
担当教員	原田 正光,湯川 崇				
到達目標					
①社会科学系の幅広い知識が要求される課題に対して、問題解決に向けた計画を自ら立案できる。 ②継続的に研究計画を遂行するとともに、想定外の問題を解決する能力を身につける。 ③実験データの整理・分析等を行い、適切な解析および考察する力を身につける。 ④研究成果を報告書や論文にまとめ、学内外で発表することを通じて、ディスカッションやプレゼンテーション能力を身につける。 ⑤チームワークやリーダーシップ能力を身につける。					
ルーブリック					
	理想的な到達レベルの目安		標準的な到達レベルの目安		未到達レベルの目安
評価項目1	到達目標の内容を実践で理解し、応用できる。		到達目標の内容を実践で理解している。		到達目標の内容を実践で理解していない。
評価項目2					
評価項目3					
学科の到達目標項目との関係					
教育方法等					
概要	指導教員の指導のもと、専門基礎知識を活用して自ら設定した課題について、さらに深い専門能力の進展を図り、課題解決能力、研究能力、デザイン能力、プレゼンテーション能力、チームワークやリーダーシップを発揮する能力、根気強く計画を遂行する能力を育成する。				
授業の進め方・方法	1. 芥川 一則 ①テーマ 地域経済に関する研究 ②内容 地域経済における課題をその研究対象とする。地域の概念は日本国内における地域、世界における国々といった全体に対する部分とする。対象へのアプローチを経済学的方法から行う。具体的には定量的分析と理論的分析を行う。地域における問題を発見させる。その問題について実証的研究を行う場合には定量的分析を用いる。データの収集および分析を行う。さらにその解決方法の検討を行う。論理的分析においては問題を定式化して解を求める。企業や行政が抱える課題も地域の問題の一つと捉え、研究対象とする。 2. 湯川 崇 ①テーマ 情報システムの構築・運用に関する研究 ②内容 本課題では、本科コミュニケーション情報学科で学んだ情報科学、プログラミング、情報システム等の知識や、専攻科で学ぶデータベース論の講義で修得した知識を基に、ビジネスの現場における様々な問題を解決するための情報システムの企画、設計、開発手法について学習・研究を行う。その中で情報収集および処理能力、企画力や創造力、計画遂行能力や判断力、継続的な学習能力、チームワークやリーダーシップ能力などのビジネスに必要な総合的な実践力を身につける。 3. 杉山 武史 ①テーマ 意思決定に関する研究 ②内容 本科および専攻科にて学習する数理科学系の科目（ゲーム理論、確率・統計学など）、オペレーションズ・リサーチ、経営学の知識を応用し、様々な状況において、状況をモデル化し意思決定する手法について学習し、その応用について研究する。 4. 田淵 義英 ①テーマ 現代社会の諸問題に対する認識論的探求 ②内容 本科で学習する人文社会科学系の科目と卒業研究の成果を基礎に、さらに高度な知識を習得するとともに、現代社会について主体的に思考する能力を育成する。現代社会の諸問題については、「何が問題であるか」を把握し解決策を提示するプロブレム・ソルビング（問題解決）型の研究が主流である。しかしその際、ひとたび把握された問題は所与とされ、その把握のされ方（認識）が問われることは少ない。それに対して本課題では、「私たちは何故それを問題と感じているのか」を根本から問い直し、私たちが「なにを知覚しているか」ではなく、「なにを知覚していないか」を明らかにすることで現代社会の問題を提示する、プロブレム・ポーシング（問題提示）型のアプローチで研究を行う。 5. 若林 晃史 ①テーマ 組織の合理性分析 ②内容 組織論では、組織は目的達成のために合理的に設計された用具であると考えられている。現実の組織では、合理的に設計したにもかかわらず逆機能を生み出していることもある。また、一見すると非合理的に見える部分も少なからずあるが、実は合理的役割を担っていることもある。組織論の枠組みと、組織を巡る背景知識を学ぶことで、現実の組織を分析する視座を養う。 6. 阿部 智博 ①テーマ 会計制度および財務報告に関する研究 ②内容 本課題では、会計と現代社会との結びつきといった観点から、会計を取り巻く状況を的確にとらえる能力を涵養する。具体的には、専門文献を幅広く渉猟し、履修者自らが、現代的課題を析出し、適切な手法で考察を行う能力を涵養する。専攻科において履修した科目の知識をもとに、より広範な領域を射程に入れ、国際化の進む会計基準の形成や、それに伴う企業の財務報告の実態や変化についてディスカッション等を通じて検討を行う。 7. Nghiê-m-Phú Bình ①テーマ サービスマーケティング ②内容 現代においてサービス産業（観光、金融、保険等）は重要な経済勢力である。将来の経営者・管理者にとっては、サービス組織の内部的問題（構造、文化等）および外部的問題（顧客ニーズ、モチベーション等）に関する知識が重要となる。本課題ではマーケティングを通じて市場のメカニズムを理解することにより、将来の商機を捕らえる能力を高めることを目指す。本課題により学生は、サービス企業におけるマーケティングがどのように重要な役割を果たしているのかを理解し、ケーススタディーのアプローチを通じてサービス企業に関する理論的問題および実践的問題を検討する。				
注意点	研究テーマに対して、問題を自ら探して解決する積極的かつ自発的な取り組みを特に望む。 研究遂行50%、報告書30%、プレゼンテーション20%として総合的に評価し、60点以上を合格とする。				
授業計画					
		週	授業内容	週ごとの到達目標	
前期	1stQ	1週			
		2週			
		3週			

		4週		
		5週		
		6週		
		7週		
		8週		
	2ndQ	9週		
		10週		
		11週		
		12週		
		13週		
		14週		
		15週		
		16週		
後期	3rdQ	1週		
		2週		
		3週		
		4週		
		5週		
		6週		
		7週		
		8週		
	4thQ	9週		
		10週		
		11週		
		12週		
		13週		
		14週		
		15週		
		16週		

モデルコアカリキュラムの学習内容と到達目標

分類	分野	学習内容	学習内容の到達目標				到達レベル	授業週
評価割合								
	取組状況	報告書	発表	態度	ポートフォリオ	その他	合計	
総合評価割合	50	30	20	0	0	0	100	
基礎的能力	50	30	20	0	0	0	100	
専門的能力	0	0	0	0	0	0	0	
分野横断的能力	0	0	0	0	0	0	0	