

埼玉みずほ台キャンパス 経営学部 平成24年度トピックス

経営学部は平成24年度にスタートしたばかりの学部である。初年度は入学定員200名に対して入学者は106名で、充足率は53.0%にとどまり、定員を大幅に下回った。

教育面においては、様々な新しい試みがなされた。

入門セミナーのアドバイザーをペア制とし、専門分野の入門科目（オムニバス授業）の授業の進め方の定型化を図った結果、ゼミ間、オムニバス授業間の平準化につながり、一定の効果をあげた。

また、1年次から経営や観光経営の現場に直接触れる機会（学外体験学習）を与えることで、経営学の学びへの関心を高めようとの試みがなされた。その結果、東京ガールズコレクションにおける2回の実習や、成田国際空港見学など一部のプログラムにおいては、参加者数も多く、学生の満足度も高く、高い成果を挙げた。しかし他の多くの体験プログラムについては、参加者が一部の少数の学生に偏ってしまい、多くの学生の参加が実現出来なかった。理由は、課外活動の日程が学期の初めに決定していなかったため、学生に参加の動機づけが大変難しかったこと、実習時間を確保するために企業との日時調整、学生のスケジュールの確保といった運営面での困難が多々あったためである。次年度は学期当初から、体験学習をスケジュールに組み込んでいきたい。

経営学部の核となる科目である「企業経営研究I」（経営学科）および「観光経営研究I」（観光経営学科）の授業は、それぞれ7名の外部講師を招き、事前学習—学部講師の授業—事後の学習の方式で順調に進んだ。

新しい学部の初年度であるため、試行錯誤を繰り返したものの、平成24年度の経営学科の学生のGPAは2.21、観光経営学科においては2.51であり、経営コミュニケーション学科の学生の成績を大きく上回っており、成果は上がってきている。

定員確保には教育力を上げ、学生の満足度を上げることに留まらず、学生に充実感、成長感をもたらすことにより、高校、保護者への評判を高めることが肝要である。そのために、平成25年3月に「経営学部刷新検討委員会」が設置され、田中秀親副学長を中心に多くの議論が進められ、3月中旬に、26年度より開始される新たなカリキュラムが取りまとめられた。同カリキュラムは3月の教授会にて承認され、「経営学部刷新検討委員会」は同年3月末に解散した。

新しいカリキュラムの主な目標は、①導入教育の強化・拡充、②キャリア教育の強化、③専門教育科目の編成替え、④知識の実践力を育む体験・実践型学習の拡充・強化である。

新たなカリキュラムを推進するため、平成25年4月に「経営学部刷新会議」が設置され、同時に、同会議の下に上記の4つの目標を達成するための4ワーキングチームが設置された。

1 教育課程 ①〔経営学科〕

関連委員会	経営学科	
関連部署		
関連データ	・授業アンケート 集計結果報告書	・学部・学科の退学者数(表5〔※表14〕) …… P.213

第1部

III 学部・研究科等による取組み

3 埼玉みずほ台キャンパス

1 平成24年度 活動方針・目標

ACTION PLAN

(1) 方針

経営学科は、企業経営に必要な専門知識と技能を修得すると同時に、社会人基礎力を備えた人材を育成(学部の教育目的)することで、社会環境の変化に対応でき、地域経済の振興にリーダーシップを発揮・貢献できる人材を養成することを目指している。

本年度は、経営学科第1期生1年次の学生の教育のみとなるので、上記の教育目的を達成するための基礎的教育段階と位置づけ、まずは、

- ① 経営学分野全般の学問体系の存在基盤・存在意義を示し、基本的な思考と知識を理解させる教育を、
- ② また、それらの理解を促進するため、そして、将来、地域経済を支えるリーダーとなるために必要な態度・志(夢)を養成するために、世界の動向、地域の文化・歴史、社会のしくみなど幅広い教養を教育する。
- ③ 大学生として学ぶことの楽しさと意味を知ってもらう(学ぶことへの動機づけ)。
- ④ 自らを変革・向上させる動機づけを行う。

(2) 目標

- ・初年次 満足度調査による満足度指数の向上
- ・授業アンケートの結果(満足度の向上)
- ・その他学習意欲を高める動機づけができたかどうかの調査アンケートの実施
- ・社会人基礎力の育成、専門知識の修得能力の向上
- ・退学率(単年度)2.5%以下(学業不振、学校不適應などを理由とする)
- ・GPA 2.00以上の達成(相対的評価が達成されていることを条件に)

2 具体的計画

PLAN

● 満足度調査の実施

授業アンケート以外に学習意欲を高める動機づけができたかの調査アンケートの実施

● 課外プログラムの実施

● 少人数教育 — 個別対応

- ・「入門セミナー」および「キャリアデザインI、II」を中心として、各教員が、経営学科の学生1人ひとりの個性を理解し、それに合った指導・教育を行う(個別教育)。
- ・これらで把握された個々の学生の個性、学習態度、理解度、能力などについて学科全体で情報を共有し、その他の授業を実施するうえで他の教員の参考とし、きめ細かな指導をする。
- ・アドバイザー制度を有効に活用し、教員として学生の基本的な社会的ルール・マナーの指導および学習の仕方などを含めた学ぶことの大切さを指導するとともに、人生の先輩としての生き方全般についての話し合いをすることで、個人的な信頼関係をつくる。
- ・学生個々の特性を伸ばし、自信となるようなきめ細かな観察による助言・指導を行うことで、学生一人ひとりの個性に合った成長を支援する。
- ・特別な配慮の必要な学生または学科全体で共有しておいた方がよい学生の情報は、学科全体で情報を共有し、全教員で当該学生の支援を行う(学生総合相談支援室との連携)。
- ・アドバイザーによる成績不振者に対するきめ細かな指導。

- 学習意欲を高める動機づけ調査項目について、授業アンケート以外で重要な質問項目はないか、引き続き検討中である。
- 学外における課外学習として経営学科全員に大日本印刷の工場見学、希望者に東京ガールズコレクション（学部共通）の運営体験を実施。
- 学科会議において学生情報の共有を行う。
 - キャリアデザイン、入門セミナーにおいて、学生の個性を理解し、各学生への指導に利用する。企業経営研究Ⅰ、学外学習、キャリアデザインなどを通して、社会人基礎力の育成を図った。
 - 学習意欲を高めるための前提である学習スキルをつけるために、入門セミナーで、大学の学びで重要となるレポートの書き方について学ばせた。
 - 経営の基本となる専門科目を1年生から学ぶカリキュラムとした。
 - 学びの動機づけのために資格試験への挑戦をさせるように意識づけた。

4 点検・評価

CHECK

- ・初年次 満足度調査による満足度指数の向上について
- ・授業アンケートの結果（満足度の向上）
 - 満足度についての肯定的評価は、前期75.2%、後期73.6%と、ともに国際コミュニケーション学科の前年度前期1年生61.7%と比較して高い満足度を達成することができたといえよう。
- ・その他学習意欲を高める動機づけができたかどうかの調査アンケートの実施
 - 動機づけの学科における特定要因分析をするための項目を引き続き検討中のため実施できなかった。
 - 学習への動機づけのための資格試験の勉強会を実施、その成果もあり資格取得試験への挑戦者が増加した。
- ・社会人基礎力の育成、専門知識の修得能力の向上
 - 「キャリアデザイン」、「企業経営研究Ⅰ」、学外学習が、社会人基礎力の育成に役立った。
- ・退学率（単年度）2.5%以下（学業不振、学校不適応などを理由とする）を目標としたが、74名のうち3名退学（4.1%退学率）となった。退学理由に将来の目標変更などがあり、退学理由についての詳細な分析が必要である。
- ・GPA 2.00以上の達成（相対的評価が達成されていることを条件に）
 - 年度平均GPA 2.47で目標を達成した。

5 次年度に向けた課題

ACTION

- ・継続的な検討を加えている、満足度を高める元となる学習意欲に関する調査項目についての調査実施を行う。
- ・実践科目、自立支援科目、基礎教育科目、専門教育科目、演習科目のそれぞれの教育目標を明確にし、教育方法などを検討・改善するとともに、それぞれの科目間連携について探っていく。
- ・学習意欲を高める、あるいは、専門基礎科目の修得に役立つ資格取得支援をさらに進める。
- ・GPAによる成績不振者の早期警戒を今後も継続していくことにより、成績不振を原因とした退学者を減らす必要がある。また、その他の理由による退学希望者についても早期に発見し、その原因を取り除く仕組みづくりも継続して検討していく必要がある（学生総合相談支援室とのさらに緊密な情報交換）。

以上

1 教育課程 ②〔観光経営学科〕

関連委員会	観光経営学科	
関連部署		
関連データ	・授業アンケート 集計結果報告書	・学部・学科の退学者数(表5〔※表14〕) …… P.213

第1部

III 学部・研究科等による取組み

3 埼玉みずほ台キャンパス

1 平成24年度 活動方針・目標

ACTION PLAN

(1) 方針

観光経営学科は、4年をかけ観光産業において観光マネジメント能力を形成するための専門的な知識と実践的な能力、および社会人基礎力を備えた人材を育成するための教育を行う。

第一年目として

- 経営学および観光の基礎的な思考様式を理解させ、基礎的な知識を身に付けさせる（基礎概念の理解）。
- 観光経営および経営学の概要を把握させる。
- 観光経営学科の学生一人ひとりの満足度を高める。

(2) 目標

21世紀に最も成長を期待されている観光ビジネスのプロフェッショナルを養成するため、1年次には、観光経営への関心の醸成と、必要な基礎知識の習得を目指す。

- ① 平均GPA 2.0を目標とする（次年度以降の向上を目指す）。
- ② 必修科目の出席率80%以上を目標とする。
- ③ 退学者をゼロとする。
- ④ 観光経営学科の満足度は70%以上とし、次年度以降は徐々に数値を上昇させる。

2 具体的計画

PLAN

- ・観光経営学科所属の教員同士の情報の共有化を図り、協力体制を強化する。
- ・入門セミナーのアドバイザーをペアとし、ゼミ間の平準化を図る。
- ・観光経営学入門、入門セミナー等を通し、学習の習慣を身につけさせる。
- ・観光経営研究1、あるいは、企業見学、観光イベント見学、街歩きなどの課外活動を通し、観光への関心の醸成をはかるとともに、学生同士の交流を促進させる。
- ・今年度の観光経営学入門の講義を元に次年度のテキストを作成する。
- ・学生の士気を高めるため、観光経営学入門でベストノート賞を設置する。

3 取組状況

DO

- ・4月から5月末まで毎週昼休みに情報交換会を開催し、観光経営学科所属の教員同士の情報の共有化を図り、協力体制を強化した。
- ・入門セミナーのアドバイザーをペアとし、ゼミ間の平準化を図った。
- ・観光経営学入門においては、授業の終わりに、毎回小テストを行い、知識の定着化を図った。入門セミナーにおいては、レポートの書き方、情報の収集方法など、大学生としてのスキル、および学習の習慣を身につけさせるよう図った。
- ・観光経営研究1においては、東武グループ企業を含む7社の法人より外部講師を招き、具体的な観光経営の事例を紹介した。外部講師の講義の事前、事後に当該企業に関する学習を行ない、理解を深めた。また企業見学、観光イベント見学、街歩きなどの課外活動を開催し、観光への関心の醸成をはかるとともに、学生同士の交流の促進を図った。
- ・平成24年度の観光経営学入門の講義を基礎としたテキストを作成した。
- ・学生の士気を高めるため、観光経営学入門の最後の授業において、観光経営学科の7名の教員の精査の結果、3名の学生にベストノート賞を授与した。

①の目標について：

平均GPA 2.0以上を目標としていたが、前期のGPAは2.61、後期は2.41であり、目標値を20%以上上回っており、国際コミュニケーション学部、経営学部の全学科の中でトップであることから、特筆すべき成果が上がった。

②の目標について

必修科目の出席率80%以上を目標としていたが、各科目の出席率は、入門セミナー 93.7%、観光経営学入門94%、経営学総論93.1%、観光経営研究1は93%で特筆すべき成果が上がった。

③の目標について

退学者ゼロを目標としていたが、平成24年度における退学者はゼロであった。

④の目標について

観光経営学科の満足度は、70%以上を目標とし、次年度以降徐々に向上を目指したが、結果は、観光経営学科の満足度は前期67.3% 後期64.4%であり、目標値を約5%下回った。

5 次年度に向けた課題

ACTION

- 必修科目の数値を90%以上に維持するには、導入教育が重要である。経営学部刷新会議において、1年次の入門セミナー、キャリアデザイン、専門入門科目のカリキュラムおよび教育内容の充実を図っている。(平成26年度の学生より開始)
- 退学者はゼロであったが、成績が下降気味の学生も存在し、予断を許さない。成績不振の原因判明と対策の必要性を認めた。
- 授業アンケート結果によれば、経営学科の満足度に比して、本学科の満足度が低く、男性に比して女性の満足度が低いことが分かった。原因の分析と対応策の検討をするため、経営学部全体の学生のデータ分析を定期的に行うことにした(駒崎先生担当)。

以上