

# 2024年度 講義要項(シラバス)

中央ITビジネス専門学校

科目名	心理学	学 科	情報ビジネス学科
配 当	第1学年	科目区分	専門科目
単 位 数	4	授 業 形 式	講義
担当教員の実務経験	なし		

講 義 概 要	<p>心理学の知識は私たち自身を振り返る視点を提供してくれる。まずは様々な心理学の理論を正しく理解したい。それにより、その理論を通して自分の行動や思考を理解することができ、それらをコントロールし、よりよく生きていくことができると考える。ただ課題をこなすだけでなく、自分の身に寄せて理解をすることで、より使える知識として身につけてほしい。</p>																
学習目標・到達目標	<p>心理学の様々な知識を正しく理解することをまずは学習目標とする。これまで心理学は様々な研究や実験をおこない、人間の心や行動を説明する理論を構築してきた。それらの理論は、相互に矛盾するものもあるが、それぞれ心理学者の考えや実験、実践をもとにして客観的に示されたものであり、私たちの心や行動を理解するために役立つものである。</p> <p>この科目では、これらの心理学の理論についてまずは正しく理解し、続いてそれらの理論を通して自分の心や行動を理解し、よりよく生きていくために使える知識とすることを目指している。テキストのみならず、引用文献や参考文献、インターネットなども利用して、それぞれの理論の内容についてしっかりと消化して理解することを求めたい。</p>																
年間指導計画	<table border="0"> <tr> <td>1. 心理学の歴史</td> <td>9. 動機付け理論</td> </tr> <tr> <td>2. 感覚と知覚</td> <td>10. 対人認知について</td> </tr> <tr> <td>3. 学習の定義と理論</td> <td>11. リーダーシップについて</td> </tr> <tr> <td>4. 記憶のメカニズム</td> <td>12. 心理療法とは</td> </tr> <tr> <td>5. 生涯発達の段階と課題</td> <td>13. 障害者の心理</td> </tr> <tr> <td>6. 人格の構造と検査方法</td> <td>14. 知的障害について</td> </tr> <tr> <td>7. 適応行動について</td> <td>15. 発達障害について</td> </tr> <tr> <td>8. 知能の構造</td> <td></td> </tr> </table>	1. 心理学の歴史	9. 動機付け理論	2. 感覚と知覚	10. 対人認知について	3. 学習の定義と理論	11. リーダーシップについて	4. 記憶のメカニズム	12. 心理療法とは	5. 生涯発達の段階と課題	13. 障害者の心理	6. 人格の構造と検査方法	14. 知的障害について	7. 適応行動について	15. 発達障害について	8. 知能の構造	
1. 心理学の歴史	9. 動機付け理論																
2. 感覚と知覚	10. 対人認知について																
3. 学習の定義と理論	11. リーダーシップについて																
4. 記憶のメカニズム	12. 心理療法とは																
5. 生涯発達の段階と課題	13. 障害者の心理																
6. 人格の構造と検査方法	14. 知的障害について																
7. 適応行動について	15. 発達障害について																
8. 知能の構造																	
成績の評価方法	<table border="0"> <tr> <td>単 位 認 定 試 験</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>出席率・課題提出状況</td> <td>50%</td> </tr> </table>	単 位 認 定 試 験	50%	出席率・課題提出状況	50%												
単 位 認 定 試 験	50%																
出席率・課題提出状況	50%																

# 2024年度 講義要項(シラバス)

中央ITビジネス専門学校

科目名	健康スポーツ科学	学 科	情報ビジネス学科
配 当	第1学年	科目区分	専門科目
単 位 数	2	授 業 形 式	講義・実技
担当教員の実務経験	なし		

講 義 概 要	<p>生涯にわたり健康的でより豊かな生活の実現に必要な知識や技能を生活の中で実現してゆく方法を学ぶことは、きわめて重要なものである。</p> <p>この科目では、現代社会において心身の調和を図り、健康・体力を保持増進するとともに、生活における健康と運動の意義、運動とからだや心の健康の関係、健康な生活を送るための運動を科学的に理解し、生活に応用する能力を身につけてもらうよう指導していく。広大な学問領域であるため、幅広い知識をもつことも大切であるが、領域を適当にしぼり、重点的に学習していく。</p>																
学習目標・到達目標	<p>自己の身体運動を理論的に解明し、体験することで、「世の中には、自分の身体に聞いてみる以外に方法がないものがあるのだ」という実感をすることを学習目標とする。</p>																
年間指導計画	<table> <tr> <td>1. スポーツの目的と目標</td> <td>9. 運動時における疲労現象</td> </tr> <tr> <td>2. スポーツの三原則</td> <td>10. 疲労の回復を早める手段</td> </tr> <tr> <td>3. スポーツをめぐる諸問題</td> <td>11. 体力の概念</td> </tr> <tr> <td>4. 運動生理学の概念</td> <td>12. 体づくりの原則とトレーニング①</td> </tr> <tr> <td>5. スポーツ医学の歴史</td> <td>13. 体づくりの原則とトレーニング②</td> </tr> <tr> <td>6. 日常生活における運動の意義</td> <td>14. 体づくりの原則とトレーニング③</td> </tr> <tr> <td>7. 運動と心の健康の関係性</td> <td>15. 体づくりの原則とトレーニング④</td> </tr> <tr> <td>8. 疲労の概念</td> <td></td> </tr> </table>	1. スポーツの目的と目標	9. 運動時における疲労現象	2. スポーツの三原則	10. 疲労の回復を早める手段	3. スポーツをめぐる諸問題	11. 体力の概念	4. 運動生理学の概念	12. 体づくりの原則とトレーニング①	5. スポーツ医学の歴史	13. 体づくりの原則とトレーニング②	6. 日常生活における運動の意義	14. 体づくりの原則とトレーニング③	7. 運動と心の健康の関係性	15. 体づくりの原則とトレーニング④	8. 疲労の概念	
1. スポーツの目的と目標	9. 運動時における疲労現象																
2. スポーツの三原則	10. 疲労の回復を早める手段																
3. スポーツをめぐる諸問題	11. 体力の概念																
4. 運動生理学の概念	12. 体づくりの原則とトレーニング①																
5. スポーツ医学の歴史	13. 体づくりの原則とトレーニング②																
6. 日常生活における運動の意義	14. 体づくりの原則とトレーニング③																
7. 運動と心の健康の関係性	15. 体づくりの原則とトレーニング④																
8. 疲労の概念																	
成績の評価方法	<p>単 位 認 定 試 験 50%</p> <p>出 席 率 ・ 実 技 課 題 50%</p>																

# 2024年度 講義要項(シラバス)

中央ITビジネス専門学校

科目名	商学総論	学 科	情報ビジネス学科
配 当	第1学年	科目区分	専門科目
単 位 数	2	授 業 形 式	講義
担当教員の実務経験	企業にて営業・販売の業務に従事した経験あり		

講 義 概 要	<p>「商」という社会経済現象を研究対象とする。商とは市場における取引と、その連鎖によって形成される財(商品およびサービス)の生産者から消費者にいたる社会的移動に関わる人間行動をいう。商には種々の事象・活動が関係しており、これらの活動が連携・結合されることによって商が成立する。</p> <p>したがって、商の理解には、厳密に言えば、そこに含まれる下位の諸領域(商業、流通、マーケティング、貿易、交通、保険、証券・金融など)のすべてを検討することが必要であり、こうした人間の相互行為の体系的な解明と原理の発見および商のあり方を考えることがこの科目の課題である。なお、指導にあたっては、テキストに基づく理論的な講義と並行しながら、企業勤務時代の経験談を数多く織り交ぜることで、より実務的かつ実践的な授業展開となるよう心がけたい。</p>																
学習目標・到達目標	<p>「商」とは取引の連鎖、財の社会的移動に関わる人間行動をいう。この科目では、具体的に商業・マーケティング・流通の基礎概念を理解すること、特に商業とマーケティングの違い、両者の今日的なあり方、さらには流通政策の果たす役割を理解することを目標にしている。</p>																
年間指導計画	<table border="0"> <tr> <td>1. 商業の概念と歴史</td> <td>9. 市場細分化とポジショニング</td> </tr> <tr> <td>2. 現代商業の機能と形態</td> <td>10. 小売マーケティングの戦略的構図</td> </tr> <tr> <td>3. わが国の商業と流通機構</td> <td>11. ポートフォリオ計画</td> </tr> <tr> <td>4. 流通政策の目的</td> <td>12. 国際市場細分化</td> </tr> <tr> <td>5. 現在と今後の流通政策</td> <td>13. マーケティング・ミックスの策定</td> </tr> <tr> <td>6. マーケティングの概念</td> <td>14. 広告政策</td> </tr> <tr> <td>7. マーケティングの史的展開</td> <td>15. 価格政策</td> </tr> <tr> <td>8. マーケティングマネジメントの枠組み</td> <td></td> </tr> </table>	1. 商業の概念と歴史	9. 市場細分化とポジショニング	2. 現代商業の機能と形態	10. 小売マーケティングの戦略的構図	3. わが国の商業と流通機構	11. ポートフォリオ計画	4. 流通政策の目的	12. 国際市場細分化	5. 現在と今後の流通政策	13. マーケティング・ミックスの策定	6. マーケティングの概念	14. 広告政策	7. マーケティングの史的展開	15. 価格政策	8. マーケティングマネジメントの枠組み	
1. 商業の概念と歴史	9. 市場細分化とポジショニング																
2. 現代商業の機能と形態	10. 小売マーケティングの戦略的構図																
3. わが国の商業と流通機構	11. ポートフォリオ計画																
4. 流通政策の目的	12. 国際市場細分化																
5. 現在と今後の流通政策	13. マーケティング・ミックスの策定																
6. マーケティングの概念	14. 広告政策																
7. マーケティングの史的展開	15. 価格政策																
8. マーケティングマネジメントの枠組み																	
成績の評価方法	<p>単 位 認 定 試 験 50%</p> <p>出席率・課題提出状況 50%</p>																

# 2024年度 講義要項(シラバス)

中央ITビジネス専門学校

科目名	民法	学 科	情報ビジネス学科
配 当	第1学年	科目区分	専門科目
単 位 数	2	授 業 形 式	講義
担当教員の実務経験	なし		

講 義 概 要	<p>民法第1編(1条～169条)の民法総則と呼ばれる分野を学習する。六法を手元におき、概説書や判例集を読み進めるという地道な作業が必要になる。民法は、2017年に改正され、2020年4月1日から施行される。現行民法と改正民法を比較しながら勉強することが必要となる。</p>																
学習目標・到達目標	<p>①総則の中に登場する基本概念を理解すること ②総則に規定されている諸制度の要件・効果を把握すること</p>																
年間指導計画	<table border="0"> <tr> <td>1. 民法の意義</td> <td>9. 権利能力の発生について</td> </tr> <tr> <td>2. 公法と私法</td> <td>10. 権利能力の削除について</td> </tr> <tr> <td>3. 一般法と特別法</td> <td>11. 意思能力と責任能力</td> </tr> <tr> <td>4. 実体法と手続法</td> <td>12. 心裡留保とは</td> </tr> <tr> <td>5. 民法の効力について</td> <td>13. 虚偽表示とは</td> </tr> <tr> <td>6. 民法の文理解釈と論理解釈</td> <td>14. 錯誤とは</td> </tr> <tr> <td>7. 民法総則の内容</td> <td>15. 時効について</td> </tr> <tr> <td>8. 民法総則の通則性</td> <td></td> </tr> </table>	1. 民法の意義	9. 権利能力の発生について	2. 公法と私法	10. 権利能力の削除について	3. 一般法と特別法	11. 意思能力と責任能力	4. 実体法と手続法	12. 心裡留保とは	5. 民法の効力について	13. 虚偽表示とは	6. 民法の文理解釈と論理解釈	14. 錯誤とは	7. 民法総則の内容	15. 時効について	8. 民法総則の通則性	
1. 民法の意義	9. 権利能力の発生について																
2. 公法と私法	10. 権利能力の削除について																
3. 一般法と特別法	11. 意思能力と責任能力																
4. 実体法と手続法	12. 心裡留保とは																
5. 民法の効力について	13. 虚偽表示とは																
6. 民法の文理解釈と論理解釈	14. 錯誤とは																
7. 民法総則の内容	15. 時効について																
8. 民法総則の通則性																	
成績の評価方法	<table border="0"> <tr> <td>単 位 認 定 試 験</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>出席率・課題提出状況</td> <td>50%</td> </tr> </table>	単 位 認 定 試 験	50%	出席率・課題提出状況	50%												
単 位 認 定 試 験	50%																
出席率・課題提出状況	50%																

# 2024年度 講義要項(シラバス)

中央ITビジネス専門学校

科目名	経営管理論	学 科	情報ビジネス学科
配 当	第2学年	科目区分	専門科目
単 位 数	2	授 業 形 式	講義
担当教員の実務経験	なし		

講 義 概 要	<p>経営を動かすという意味の「経営管理」の基本的課題は、絶えず変化する内外の環境を常に的確に把握して将来の予測をおこない、各種の資源をどのような方向にどれだけ振り分けるかを決定して、このことを実行に移すため、どのように計画を立て、この計画に基づいてどのように諸力を編成して組織を作り、この組織を通してどのように計画を実行に移していくかを考えることである。</p> <p>そして、さらには、この実行の結果を正しく評価して、次の決定と行動に結びつけてゆくためにはどのような仕組みと方法が必要であるかを考えることである。これらの行動＝意思決定と組織の運営と反省をめぐる理論と実践方法を究めることが「経営管理論」である。</p>																
学習目標・到達目標	<p>以下の点について理解することを学習目標とする。</p> <p>①経営環境とは何か                  ②経営管理の行動基準と目的は何か                  ③経営諸資源はどのように合理的に使えばよいのか                  ④そのために、経営管理はどのように計画し、組織し、指揮し、統制すればよいのか</p>																
年間指導計画	<table border="0"> <tr> <td>1. 経営管理の概念</td> <td>9. 経営管理の過程</td> </tr> <tr> <td>2. 経営管理の対象と目的</td> <td>10. 意思決定の諸段階</td> </tr> <tr> <td>3. 経営管理論へのアプローチ法</td> <td>11. リーダーシップの機能</td> </tr> <tr> <td>4. 経営管理の役割とは</td> <td>12. モチベーションの概念</td> </tr> <tr> <td>5. 経営管理者の経営資源</td> <td>13. コミュニケーションの有効性</td> </tr> <tr> <td>6. 経営管理の諸目的</td> <td>14. 経営戦略とは何か</td> </tr> <tr> <td>7. 環境との調和</td> <td>15. 経営組織の構造</td> </tr> <tr> <td>8. 経営倫理の確立</td> <td></td> </tr> </table>	1. 経営管理の概念	9. 経営管理の過程	2. 経営管理の対象と目的	10. 意思決定の諸段階	3. 経営管理論へのアプローチ法	11. リーダーシップの機能	4. 経営管理の役割とは	12. モチベーションの概念	5. 経営管理者の経営資源	13. コミュニケーションの有効性	6. 経営管理の諸目的	14. 経営戦略とは何か	7. 環境との調和	15. 経営組織の構造	8. 経営倫理の確立	
1. 経営管理の概念	9. 経営管理の過程																
2. 経営管理の対象と目的	10. 意思決定の諸段階																
3. 経営管理論へのアプローチ法	11. リーダーシップの機能																
4. 経営管理の役割とは	12. モチベーションの概念																
5. 経営管理者の経営資源	13. コミュニケーションの有効性																
6. 経営管理の諸目的	14. 経営戦略とは何か																
7. 環境との調和	15. 経営組織の構造																
8. 経営倫理の確立																	
成績の評価方法	<table border="0"> <tr> <td>単 位 認 定 試 験</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>出席率・課題提出状況</td> <td>50%</td> </tr> </table>	単 位 認 定 試 験	50%	出席率・課題提出状況	50%												
単 位 認 定 試 験	50%																
出席率・課題提出状況	50%																

# 2024年度 講義要項(シラバス)

中央ITビジネス専門学校

科目名	事務管理	学 科	情報ビジネス学科
配 当	第2学年	科目区分	専門科目
単 位 数	2	授 業 形 式	講義
担当教員の実務経験	企業にて営業・販売の業務に従事した経験あり		

講 義 概 要	<p>情報化社会にあつて、情報を制するものが企業を制するとまで言われるように、情報の入手、情報の処理、情報の発信の仕方の良し悪しで、命運が決まると言っても過言ではない。したがって、これらを最も効果的なものとするためには、最適方法をとることが大切である。従来の、ヨミ・カキ・ソロバンと言った概念とはほど遠いものとなり、オフィス・オートメーション時代を迎えた現在、コンピュータを中心としたIT機器の導入等で、事務そのものが、全く違ったものとなってきている。</p> <p>これらのことも踏まえて、この科目は、現状の事務を見つめ直すこと(事務分析)や、情報の社内管理(ファイリング・システム)や文書作成の方法、通信業務等、日常のこまかな実際業務にも役立つことが学習できるよう配慮して進めていく。その指導過程においては、社会人として仕事に従事してきた実務経験を大いに活用しながら、ビジネス社会の即戦力となるオフィスワーカーを養成していきたい。</p>																		
学習目標・到達目標	<p>企業に身を置く場合、事務業務から逃れる事はできない。この科目では、実践的な事務業務(ビジネス文書、グラフの作成法、ファイリング、OA等々)を学習し、それらを理解することを目標とする。これらを身につけておくことは自身のスキルアップとなり、大いに役立つものとも考える。</p>																		
年間指導計画	<table border="0"> <tr> <td>1. 事務とは何か</td> <td>9. 印章の基礎知識</td> </tr> <tr> <td>2. 事務内容の分類</td> <td>10. 文書の視覚化について</td> </tr> <tr> <td>3. 事務管理のシステム</td> <td>11. 表・グラフのづくり方</td> </tr> <tr> <td>4. 事務改善の意義とねらい</td> <td>12. ファイリングの目的</td> </tr> <tr> <td>5. 事務改善のステップ</td> <td>13. ファイリングシステムの流れ</td> </tr> <tr> <td>6. 事務文責の意味</td> <td>14. 情報の収集・整理・活用</td> </tr> <tr> <td>7. ビジネス文書のスタイル</td> <td>15. 通信業務の基礎知識</td> </tr> <tr> <td>8. 社内文の文型</td> <td></td> </tr> </table>			1. 事務とは何か	9. 印章の基礎知識	2. 事務内容の分類	10. 文書の視覚化について	3. 事務管理のシステム	11. 表・グラフのづくり方	4. 事務改善の意義とねらい	12. ファイリングの目的	5. 事務改善のステップ	13. ファイリングシステムの流れ	6. 事務文責の意味	14. 情報の収集・整理・活用	7. ビジネス文書のスタイル	15. 通信業務の基礎知識	8. 社内文の文型	
1. 事務とは何か	9. 印章の基礎知識																		
2. 事務内容の分類	10. 文書の視覚化について																		
3. 事務管理のシステム	11. 表・グラフのづくり方																		
4. 事務改善の意義とねらい	12. ファイリングの目的																		
5. 事務改善のステップ	13. ファイリングシステムの流れ																		
6. 事務文責の意味	14. 情報の収集・整理・活用																		
7. ビジネス文書のスタイル	15. 通信業務の基礎知識																		
8. 社内文の文型																			
成績の評価方法	<table border="0"> <tr> <td>単 位 認 定 試 験</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>出席率・課題提出状況</td> <td>50%</td> </tr> </table>			単 位 認 定 試 験	50%	出席率・課題提出状況	50%												
単 位 認 定 試 験	50%																		
出席率・課題提出状況	50%																		

# 2024年度 講義要項(シラバス)

中央ITビジネス専門学校

科目名	マーケティング論	学 科	情報ビジネス学科
配 当	第2学年	科目区分	専門科目
単 位 数	2	授 業 形 式	講義
担当教員の実務経験	企業にて営業・販売の業務に従事した経験あり		

講義概要	<p>21世紀は、新しい商業秩序の構築が要請される時代である。具体的には、日本的経営の変革とグローバル化をはかるとともに、経済的に自由で公正な、そして「ゆとり」のある国民生活を実現することに向けられる。</p> <p>この科目の内容は、マーケティングに関する正しい理解が得られるように、概念、機能、構造、過程、制度、環境、および研究者の視角、分析方法等について説明を与えるものである。マーケティング論は、実学として国民のために奉仕すべき学問であるという認識に立っているため、自らが営業マンとして数多くの顧客に対応してきた際の体験談を織り交ぜることで、学生たち一人ひとりが現実社会との繋がりをイメージできることを指導の重要ポイントとする。</p>																
学習目標・到達目標	<p>マーケティング活動がどのような構成要素のもとに、いかなる環境のもとで、いかに決定がおこなわれるかを、マネジリアルな側面のみならず、社会的側面からも方向づけて理解することを目標とする。一市民、一消費者として現実の取引行為、市場関係を正しく理解できるよう、理論、実務の両面から積極的に学習することが必要である。</p>																
年間指導計画	<table border="0"> <tr> <td>1. マーケティングの意義</td> <td>9. 価格決定のプロセス</td> </tr> <tr> <td>2. 商業の概念とマーケティング</td> <td>10. 販売経路の意義</td> </tr> <tr> <td>3. 市場の意義</td> <td>11. 販売経路の選定要因</td> </tr> <tr> <td>4. 市場の細分化</td> <td>12. マーケティング調査の意義</td> </tr> <tr> <td>5. コンシューマリズムについて</td> <td>13. 広告の意義</td> </tr> <tr> <td>6. 流通システムと大店法</td> <td>14. 販売管理の意義</td> </tr> <tr> <td>7. 製品開発と戦略</td> <td>15. ブランドの意義と本質</td> </tr> <tr> <td>8. ポートフォリオ戦略について</td> <td></td> </tr> </table>	1. マーケティングの意義	9. 価格決定のプロセス	2. 商業の概念とマーケティング	10. 販売経路の意義	3. 市場の意義	11. 販売経路の選定要因	4. 市場の細分化	12. マーケティング調査の意義	5. コンシューマリズムについて	13. 広告の意義	6. 流通システムと大店法	14. 販売管理の意義	7. 製品開発と戦略	15. ブランドの意義と本質	8. ポートフォリオ戦略について	
1. マーケティングの意義	9. 価格決定のプロセス																
2. 商業の概念とマーケティング	10. 販売経路の意義																
3. 市場の意義	11. 販売経路の選定要因																
4. 市場の細分化	12. マーケティング調査の意義																
5. コンシューマリズムについて	13. 広告の意義																
6. 流通システムと大店法	14. 販売管理の意義																
7. 製品開発と戦略	15. ブランドの意義と本質																
8. ポートフォリオ戦略について																	
成績の評価方法	<p>単 位 認 定 試 験 50%</p> <p>出席率・課題提出状況 50%</p>																