

講義名	商業簿記（マーケティング学科）			授業形態	
担当教員	島田 奈美	開講期・曜日・時限	前期 月曜日 3時限 / 前期 木曜日 4時限		
		単位数	4	履修開始年次	2年生

主題と概要

この講義では、会計情報の作成技術である商業簿記を学びます。
 基礎簿記・日商簿記検定初級で学修する仕訳、元帳への転記をある程度理解している学生を対象とし、日商簿記検定3級程度の内容を学んでいきます。
 日商簿記検定3級の主要な部分を網羅する予定ですが、とくに履修者が困難と感じる学修項目がある程度の時間をかけて丁寧に説明する予定です。
 この講義の学修を通じて、主に経営学科・会計コースのディプロマポリシーの達成にも貢献します。詳細は「卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連」欄をご覧ください。

到達目標

(1)簿記一巡の手続きについて理解するとともに、会計帳簿と財務諸表を作成できるようになる。
 (2)会計帳簿や財務諸表の作成を通して、ビジネスの諸活動を計量的に把握する能力を身につけることができる。
 (3)日商簿記検定3級を合格することができる能力を身につけることができるようになる。
 (4)会計の専門科目や関係分野（経営・ファイナンス等）の科目の学修に際して役立つであろう基礎的な知識を身につけることができる。
 (1)から(4)までの到達目標を達成することにより、経営学科各コースおよびマーケティング学科各コースのディプロマポリシーの達成に貢献します。

提出課題

学修の進捗を確認するために、不定期で課題を出します。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

課題について、後日講義内で解答を示したうえで丁寧な解説を行います。

評価の基準

課題（20%）
 中間テスト2回（40%）
 期末テストの点数（40%）
 以上を総合的に評価します。

履修にあたっての注意・助言他

・第1回目は成績評価の方法や講義の進め方についての説明をするので必ず出席してください。
 ・この講義は基礎簿記（日商簿記検定初級相当）で学修する仕訳、元帳への転記をある程度理解している学生を対象としています。簿記の初心者ではまず基礎簿記を履修することをお勧めします。

教科書
 ・使用しない。

参考図書
 ・なし。

その他

自作資料を講義中に配布し、講義後同じものをキャンパスクロスにもアップします。
 検定受験予定の方は、皆さんの目標に合った参考書や問題集を別途購入することをお勧めします。

授業計画

1. 講義ガイダンス、複式簿記の意義
2. 簿記の仕組み
3. 仕訳と転記
4. 記帳ルールと帳簿
5. 簿記一巡の手続き
6. 現金と預金（通商作用証券）
7. 現金と預金（当座預金）
8. 商品売買（商品仕入・売上）
9. 商品売買（返品・値引き）
10. 商品売買（商品有高帳）
11. 売掛金と買掛金
12. 手形取引（約束手形）
13. 手形取引（その他取引）
14. クレジット売掛金・電子記録債権・債権
15. その他の債券・債務（貸付金・借入金・未収入金・未払金など）
16. その他の債券・債務（前払金・前受金・仮払金・仮受金など）
17. 固定資産（固定資産の取得）
18. 固定資産（減価償却）
19. 固定資産（固定資産の償却、売却）
20. 債権発生と貸倒引当金
21. 収益と費用（収益の未取、費用の前払い）
22. 収益と費用（収益の前受、費用の未払い）
23. 決算手続き（試算表の作成）
24. 決算手続き（決算整理事項）
25. 決算手続き（決算整理事項）
26. 経理書
27. 財務諸表の作成（帳簿の繰め切り）
28. 財務諸表の作成（帳簿の繰め切り）
29. 財務諸表の作成（損益計算書と貸借対照表）
30. 復習とまとめ

授業形態（アクティブ・ラーニング）

ア：PBL（課題解決型学習）	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

この講義は週2回開講ですので、1回毎に以下の予習・復習を行ってください。
 予習
 ・各回に事前配布する講義資料の範囲を熟読し、資料内でわからないところを確認しておくこと（1時間程度）
 復習
 ・配布資料を講義後に熟読し、例題を再度解きなおすこと（1時間程度）
 ・指定問題集の中から教員が指定した箇所の問題を解き、間違いや苦手な部分は解説や配布資料を熟読して理解に努めること。（2時間程度）

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

この講義の学修を通じて、以下のディプロマポリシーの達成に貢献します。
 経営学科
 (1) 各業界の動向や問題点を理解するための基礎知識を身につけ、これをもとに、企業マネジメントに関する問題探索、課題提案ができる。
 会計コース
 (5) 簿記・会計の学問的知識を身につけ、企業の財政状態、経営成績、キャッシュフロー等に関する情報を作成、分析することができる能力
 (5) 企業の社会的役割を理解したうえで、修得した専門知識をもとに企業が直面する問題や企業の強みを発見し、経営戦略の構築に貢献することができる能力。
 経営戦略コース
 (2) 企業経営の仕組みや組織行動について、経営理論に基づき、自ら考え、理解することができる
 (2) さまざまな企業や組織の現状分析から仮説、検証を通して、企業や組織のリーダーに求められる、具体的な改善案や解決策の提案ができる
 ビジネスリーダーコース
 (3) 企業経営の仕組みや組織行動について、経営理論に基づき、自ら考え、理解できる
 (3) 変わりゆく経営環境の動きに強い関心を持ち、企業組織の中でリーダーシップをとって具体的な改善や解決の提案ができる、あるいは自らが事業を創出できる
 マーケティング学科
 (1) マーケティング動向、流通業界及び関連業界の動向や問題点を理解するための基礎知識を身につけ、これをもとに、マーケティング、ブランド戦略、小売業界、流通に関する問題探索、課題提案ができる
 ブランド戦略コース
 (2) 企業のマーケティング活動やその仕組み、役割、ブランド構築の意味を理解し、変化する消費者の動向に捉え、これに対応することができるとして、企業や組織のリーダーに求められる、具体的な改善案や解決策の提案ができる
 流通ビジネスコース
 (3) 社会システムとしての流通の動態や仕組み、役割を理解し、これからの流通の姿を構想することができる
 (3) 小売業の社会的意義や日本経済における重要性について深い関心や理解をもち、それをもとに社会で活躍することができる。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

実務経験の有無及び活用

備考