

1 講座名・定員など

(1) 授業科目

科目名	担当教員	開講曜日	開講時限	定員
経済構造と経済政策	保苺 尚	月	1	各 20 名
旅行ビジネス論	奥山 隆哉	月	2	
法律社会と人権問題	小野 喜章	月	2	
サービス・マーケティング	古川 裕康	月	4	
文学作品と文学表現	八木 直也	火	5	
中国語入門 I	姜 美芳	水	2	
宗教社会と民族文化	武田 道生	水	4	
地域社会論	岩村 沢也	木	1	
日本の暮らしと文化	千葉 千枝子	木	1	
エコツーリズム論	堀木 美告	木	2	
チームワークとリーダーシップ	松原 健司	木	2	
宗教と科学	武田 道生	木	3	
コミュニケーション論	駒崎 久明	木	5	
身体と健康	西田 俊夫	木	5	
消費者行動論	田中 靖	金	3	

<開講時限について>

1 限: 9 時 00 分～10 時 30 分

2 限: 10 時 40 分～12 時 10 分

3 限: 13 時 00 分～14 時 30 分

4 限: 14 時 40 分～16 時 10 分

5 限: 16 時 20 分～17 時 50 分

※授業科目、開講曜日、開講時限、担当教員は都合により変更になることがあります。

時間割が変更された場合は、4 月上旬に行われるオリエンテーション時に改めてご案内致します。

※前期授業は、4 月 10 日(月)から開始となります。

※各科目とも授業は15回の予定です。

※受講人数により開講しない場合がございます。

※授業の他に、オリエンテーションを実施します。

(2) 場 所

淑徳大学埼玉キャンパス(車での通学はできません。)

(東武東上線みずほ台駅からスクールバス約 7 分)

またはJR武蔵野線東所沢駅からスクールバス約 15 分)

※スクールバスはいずれも無料



2 受講料等

(1) 受講料 1 科目 5,000 円 (4 科目まで受講可)

(学内で証紙を購入していただきます)

※一旦納入された受講料につきましては原則として返金いたしません。

(2) その他 教科書等の教材は自己負担によりご用意していただきます。

3 受講の申込み

(1) 申込期限 平成 29 年 3 月 3 日(金) (消印有効)

(2) 申込先 〒354-8510 埼玉県入間郡三芳町藤久保 1150-1
淑徳大学埼玉キャンパス 学事部教務担当
TEL 049-274-1511 FAX 049-274-1521
e-mail kyomu@u.shukutoku.ac.jp

(3) 申込方法 はがき、ファックス、e-mail のいずれかにより、以下の事項を漏れのないよう記入の上、お申込みください。

- ① 郵便番号・住所
ふりがな
- ② 氏名
- ③ 生年月日・年齢(平成 29 年 4 月 1 日現在)
- ④ 性別
- ⑤ 電話番号
- ⑥ 受講希望科目(希望順に 4 科目まで)

(4) その他

- ① 受講者多数の場合の対応
定員を超える申込みがあった場合は、抽選により受講者を決定します。
- ② オリエンテーションについて
受講前にオリエンテーションを実施します。
詳細は3月中旬以降、別途ご案内します。
- ③ 胸部 X 線結果の提出について
大学では多くの学生、教職員がおりますので、学校感染症の予防、そして蔓延を防ぐため、結核検診が必要と定められています。詳細についてはオリエンテーション実施時にお伝えいたします。

4 授業科目の概要

経済構造と経済政策（保莉尚）

経済学の基礎科目である「ミクロ経済学」や「マクロ経済学」の基本的な知識を使いながら、現在の経済システムの根幹をなす市場の役割や市場を補完する財政政策・金融政策の基本について講義する。その際、視聴覚教材や特に新聞記事を多用し、理論と現実経済との関係の理解に重点を置くよう心がける。

旅行ビジネス論（奥山隆哉）

旅行会社はどのように社会のために役立っているのでしょうか？ 本講義では、旅行業の商品や市場、流通についての特徴と機能、そして旅行業法に定められている業態や消費者との関係を学ぶことにより、旅行業の複雑な性質を理解します。ケーススタディーとして幾つかの旅行会社を取り上げ、また、旅行ビジネスの最近の潮流にも触れます。

法律社会と人権問題（小野喜章）

社会生活と法の関わり及び法の役割を考察します。憲法が保障する人権は、基本的に国家権力との関係における国民の権利であることを理解し、社会生活の安定と秩序維持の為に存在する法律がどのように作用しているのかを考えます。法の範囲は、憲法と民法を中心に、法学、国際法を予定しています。

サービス・マーケティング（古川裕康）

マーケティングとは「誰に・何を・どのように販売するか」に関する活動のことを示します。形のある商品と比べ形のない商品（サービス）ではマーケティングの方法が異なります。本講義では、サービスをマーケティングによってどのように管理していくのかについて事例を交えながら検討していきます。

文学作品と文学表現（八木直也）

村上春樹の『海辺のカフカ』を読み解きます。オイディプス王悲劇の構造を下敷きにしたこの作品は、15歳の少年の成長譚とも言えます。そこには意識的現実（こちら側）と無意識的深層（あちら側）の交差した世界を乗り越えねばならない問題がありました。それを、各章を〈場〉、その相互性を〈面〉と想定し、丁寧に分析しつつ見ていきます。その上で他の作品などと往還させながら、現代という不透明な時代の生き方にまで敷衍させて考えてみたいと思っています。

中国語入門 I (姜美芳)

この授業では、発音(ピンイン)や声調、基礎文法事項を習得し、中国語で簡単な自己紹介や数字・日付・時刻の言い方等ができるようになることを目標とします。

基本的に教科書に沿って、会話文と文法の学習後、練習問題へと進みます。進捗状況と定着度を鑑みながら、課文に関連する内容の実践会話を行います。また、リスニングの練習を取り入れ、中国語検定試験の指導を行います。

宗教社会と民族文化 (武田道生)

現代社会の多様な宗教文化の特徴と意味の理解を目指す。まず、様々な宗教の神観、世界観、人間観などについて比較考察する。さらに、宗教を構成する諸要素、「祈り」「儀礼」「祭り」「修行」「戒律」「他界」「シャマニズム」「聖地と巡礼」などについて映像を見ながら、宗教の多様性について、学習していく。

地域社会論 (岩村沢也)

地域社会はいかにつながっているのでしょうか？ 本講義では、市町村の行政組織と地域社会を構成する各種団体の特徴と制度を学んだ後、日本の地域社会の課題を、財政破綻の夕張市、市民の力を活用した志木市を通して考えます。さらに、ドイツとスウェーデン、中国の地方行政制度とEUの制度を学びます。

日本の暮らしと文化 (千葉千枝子)

訪日外国人客の増加を背景に、日本古来の生活様式や伝統文化をあらためて見直す向きが顕著になっています。本講では、日本の民族衣装でもある着物や歳時記、世界遺産の和食や全国津々の郷土料理、老舗旅館にみる和の様式や立ち居振る舞いなどを解説します。テキストは英訳付きを用意して、近い将来、外国人のかたがたにも説明できる内容に仕立てています。

エコツーリズム論 (堀木美告)

エコツーリズムは、旅行者が訪問先において専門知識を有するガイド等の案内を得て、一定のルールの下に地域資源とふれ合い理解を深める旅行スタイルで、持続可能な観光のあり方を提示するものです。本講義では地域活性化の手段としての側面からエコツーリズムを捉え、その背景と歴史、地域に及ぼす影響や取り組み方策等について学びます。

チームワークとリーダーシップ (松原健司)

私たちは様々な場面で、誰かと一緒に何かをしなければいけません。そのため、チームワークやリーダーシップのあり方は常に課題となります。チームワークで高い生産性を発揮するために大切なことは何か？負のストレスを抱え込まずに仕事をしていくにはどうしたらよいか？本講義では、社会や企業における様々な人間関係や集団行動の特性に関する理論と実際を学び、より望ましいチームワークとリーダーシップのあり方を考えていきます。

宗教と科学 (武田道生)

現代社会における宗教的世界観と世俗合理主義的世界観の葛藤と調和について考える。中世ヨーロッパに於いて、神の摂理を証明するために成立発展した科学は、現代では独立した価値観として、時には理解し得ない対立を深めている。現代の一時期、科学的世界観こそ絶対とする時があったが、今再び宗教的価

値観に生きる価値を見いだす傾向が現れている。なぜ人々は、今再び宗教的生き方を選択しているのだろうか、具体的事例から考えてみたい。

コミュニケーション論（駒崎久明）

本講義では、まずいろいろなコミュニケーションに共通するコミュニケーションの定義、基本的な原理と構成要素、プロセスのモデルを学びます。そして、社会に存在する様々なコミュニケーションを整理・分類する見方を学習します。さらに、コミュニケーションを「情報の伝達過程」ととらえたとき、そこで「わかる」とはどういうことか、を学んでいきます。

身体と健康（西田俊夫）

健康をデザインするために‘心’は態度力で‘体’は体調力の強化する磨き方を学びます。態度力では楽しむ力、考える力、目標設定力など他方、体調力は睡眠力、バランス食力、休養力、体力、嗜好力などからアプローチします。

消費者行動論（田中靖）

情報化(IT)の進展、物流や交通の発展、規制緩和等によって、消費者の情報収集や予約・決済など商品購買に関わる行動も多様化しています。講義では旅行に関する消費を中心に、旅行者の属性、同行者、旅行目的によって、旅行の購買や旅行中の行動にどのような差があるかを把握します。また、ITの進展やサプライヤー(交通・宿泊)における変化が消費者の行動にどのような影響を与えているかについて考察します。