

科目名 現代経済学特論
Title Advanced Study of Modern Economics
科目区分 M 産業・経営を主とする研究領域

准教授 中野 正裕 (ナカノ マサヒロ)

担当教員

担当教員との連絡方法

E-Mail

配当年次
1・2

単位区分

単位数
2

開講時期
前期

目的

この講義では、一国経済の動向に関する様々な問題（経済成長の鈍化、人口減少、財政の持続可能性、失業、など）を、現代のマクロ経済分析の代表的な手法（理論、データ、政策）を学びながら、考えていきます。

達成目標

教科書、専門文献、各種統計を使用しながら、講義で取り上げるいくつかの経済問題について考えること、および自身が関心を持った社会問題について、マクロ経済分析からのアプローチを行うことを主要な達成目標とします。

スケジュール

- 第1回 (基礎パート①) マクロ経済学の目的と方法
- 第2回 (基礎パート②) 1970年代までのマクロ経済学の成果と課題
- 第3回 (基礎パート③) 景気循環の理論的説明
- 第4回 (基礎パート④) 投資変動と加速度原理
- 第5回 (基礎パート⑤) 貨幣的景気循環と合理的期待：イントロダクション
- 第6回 (基礎パート⑥) 実物的景気循環：イントロダクション
- 第7回 (基礎パート⑦) ニューケインジアン・フィリップス曲線：イントロダクション
- 第8回 (応用パート①) ソローモデル
- 第9回 (応用パート②) ソローモデルの拡張
- 第10回 (応用パート③) 最適成長モデルの基礎：有限期間モデル
- 第11回 (応用パート④) 最適成長モデルの基礎：無限期間モデル
- 第12回 (応用パート⑤) 世代重複モデル
- 第13回 (応用パート⑥) 内生的成長モデル
- 第14回 (応用パート⑦) 実物的景気循環理論：再論
- 第15回 総括授業

教科書・参考文献

教科書 単一の教科書は指定せず、複数の文献を適宜指定します。
(ただちに入手が困難な文献については、教員がコピー等を手配します。)

参考書 M. Wickens, *Macroeconomic Theory*, Princeton University Press, 2008, D.ローマー『上級マクロ経済学』日本評論社, 1998年、齊藤・岩本・太田・柴田『マクロ経済学』(新版)有斐閣, 2016年。

授業外での学習

解析可能なモデルについては、必要に応じて計算課題を出しますので、次週までに各自解いて来て下さい。また、講義内容と関連する経済データを関係機関のHPから入手し、簡単な計量分析を行ってもらうことがあります。

評価方法

テストは実施しません。基礎パート、応用パートのそれぞれで提出課題（または報告課題）を要求し、それぞれ50%のウェイトで評価します。

履修上の注意

経済学部レベルの「ミクロ経済学」「マクロ経済学」「統計学」および「経済数学」の知識があることが望ましいですが、履修の前提とはしません。なお、受講者の学習経験や関心に応じて、第1週～第7週の内容を変更する場合があります。

科目名 交通政策特論
Title Advanced Study of Transportation Policy
科目区分 M 産業・経営を主とする研究領域

担当教員
准教授 小熊 仁 (オグマ ヒトシ)

担当教員との連絡方法

E-Mail

配当年次
1・2

単位区分

単位数
2

開講時期
前期

目的

本学の大学院生としての基礎教養である群馬の現状と歴史などと交通の関係を、次の視点で考察する資質を養う
1. テーマを決めて新聞記事を収集することを通して、地域の変容を考察させる (多くの分野で重要な調査)
2. 色々な地図や時刻表・バス路線案内等を見ながら、地域を理解し、鉄道ネットワークと路線バスの関係を考察させる
3. 産業遺産から地域の産業の発達と公共交通の整備と利用状況の関係を考察させる

達成目標

テーマを決めて新聞記事を収集する重要性を認識させ、当授業の半期を通じてそれを実践させる。あわせて、時刻表から列車やバスの運行情報を地域ごとに考察したり、産業遺産の分布や実態を見聞や文献調査を通して、地域の産業の発達とその遺産を学ばせる(具体的内容や進め方は履修者の専門分野や興味関心に応じて、下記項目から適宜に選択する)。

スケジュール

- 第1回 年間の授業計画とレポート課題の指示 (修士論文の諸問題、新聞記事で学ぶ産業遺産の調査)
- 第2回 テーマを決めた新聞記事の収集の重要性とその活用について
- 第3回 新聞記事の収集とファイルのまとめ方や研究のテーマ設定
- 第4回 この授業のレポートの指示 (観光二次交通を含めた地域の生活交通素案)
- 第5回 論文・レポートに挿入する地図の作成指針
- 第6回 色々な地図や時刻表の活用と切符・運賃計算
- 第7回 自治体の交通政策の歴史と現状
- 第8回 新聞記事の収集状況のレポートの中間報告
- 第9回 群馬の産業遺産の分布と特性
- 第10回 吾妻郡西部の鉾山の盛衰と交通発達
- 第11回 群馬県や全国における蚕糸業の重要性とその観光資源化
- 第12回 「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録後の状況と今後の課題
- 第13回 産業遺産を巡る観光二次交通の活性化方策と利用層の開拓指針
- 第14回 レポートの提出と発表・講評
- 第15回 総括授業

教科書・参考文献

- 教科書 土居靖範・可見紀夫『地域交通政策づくり入門』(2014年、自治体研究社)
所澤秀樹『鉄道の基礎知識』(2010年、創元社) そのほか各自で書籍の時刻表と地図帳を準備する
- 参考書 高崎経済大学附属産業研究所編『群馬・産業遺産の諸相』(2009年、日本経済評論社)
白川淳『全国鉄道博物館』(2007年、JTBパブリッシング) 他必要に応じて、その都度個別に指示

授業外での学習

各地の鉄道・路線バス等の交通機関を利用して、長短所を考察する資質を養う。
近隣の学外の多くの資料館などを見学する。

評価方法

受講状況(25%程度)、学期末に筆記試験を行う(期末試験50%程度)
レポートの提出とその内容の発表(25%程度)

履修上の注意

予備知識と要望: 地理・歴史の基礎的素養を身につけ、公共交通や郷土の歴史などに常に関心をもつこと。
平常の心がけ: 健康に留意し、自治体への訪問やフィールド調査、博物館・資料館などの見学を積極的に行うこと。

科目名 社会起業特論
Title Advanced Study of Social Entrepreneurship
科目区分 M 産業・経営を主とする研究領域

准教授 八木橋 慶一 (ヤギハシ ケイチ)
担当教員 担当教員との連絡方法

E-Mail

配当年次
1・2

単位区分

単位数
2

開講時期
前期

目的

社会起業および社会的企業の標準的なテキストを読みます。この分野の基礎理論を学び、研究を進める上で不可欠な知識を得ることを目的とします。

達成目標

①社会起業・社会的企業について、専門的に知見を基に説明できるようになる。②社会貢献と事業性をどのように両立させるか、自分なりの見解を持てるようになる。

スケジュール

- 第1回 講義の説明
- 第2回 Introduction
- 第3回 The Social Solidarity Economy
- 第4回 Defining Social Enterprise
- 第5回 The Politics of Social Enterprise
- 第6回 Social Accounting
- 第7回 Income Streams and Capital
- 第8回 Social Investment and Crowd Financing
- 第9回 Social and Ethical Capital
- 第10回 Strategic Management and Planning
- 第11回 Management Ideologies
- 第12回 Leadership
- 第13回 Identities and Legalities
- 第14回 Governance and Human Relations
- 第15回 講義のまとめ

教科書・参考文献

教科書 Ridley-Duff, R. and Bull, M., 2019, Understanding Social Enterprise: Theory and Practice, SAGE.
参考書 適宜指示します。

授業外での学習

英文テキストを読みますので、時間をかけて予習してください。

評価方法

平常点 (70%) と学期末レポート (30%) で評価します。

履修上の注意

指定の英文テキストを必ず読みます。変更はしません。

科目名 人材育成特論
Title Advanced Study of Human Resource Development
科目区分 M 産業・経営を主とする研究領域

担当教員 大宮 登 (オオミヤ ノボル)
名譽教授 大宮 登 (オオミヤ ノボル)
担当教員との連絡方法

E-Mail

配当年次	単位区分	単位数	開講時期
1・2		2	前期

目的

「地域づくりは人づくり」に象徴されるように、地域活性化や地域づくりにとって、地域の人材育成は重要な問題である。地域づくりは地域を構成する地域住民・行政・企業・NPO・大学等が一体となって協働することが求められている。本講では、まず、ソーシャルキャピタルを豊かにするキーパーソンとしての地域リーダーは、どのような能力が求められるのか、どのようにすれば地域の人材は育つのか、地域づくりリーダーの能力開発やシステム構築等について、講義する。

つぎに、組織における人材育成の出発点でもある、キャリアデザインの理論と手法について学ぶ。ライフキャリアの考え方を軸にさまざまな角度からキャリアデザインについて考察を深めていく。

達成目標

地域づくりに関わるための実践的な能力開発、組織開発の探求であり、地域づくりを推進する人材育成システムや地域づくりリーダーの能力開発に関して、基礎的視点を理解する。

キャリアデザインに関する基礎理解とともに、自分のキャリア形成について考察する。

スケジュール

第1回	地域づくりは人づくり 人材育成、キーパーソン
第2回	今日の人材育成と能力開発 実践的人材育成、能動的学修、PBL
第3回	社会力活動と人材育成 NPO法人DNA、食品リサイクル活動、桜プロジェクトほか
第4回	キャリアデザインの理論と方法 (1) 定義と必要性
第5回	キャリアデザインの理論と方法 (2) 仕事理解、雇用環境
第6回	キャリアデザインの理論と方法 (3) 自己理解、自己分析
第7回	キャリアデザインの理論と方法 (4) 自己理解、相互インタビュー
第8回	キャリアデザインの理論と方法 (5) 人生設計、ライフサイクル
第9回	キャリアデザインの理論と方法 (6) ライフキャリア、ライフロール
第10回	キャリアデザインの理論と方法 (7) 生涯収支、発達段階
第11回	キャリアデザインの理論と方法 (8) 職場理解、ケーススタディ
第12回	キャリアデザインの理論と方法 (9) キャリアプランニング
第13回	キャリアデザインの理論と方法 (10) キャリアデザインの総括
第14回	まとめ：魅力ある地域と人をつくる
第15回	講義のまとめ

教科書・参考文献

教科書 大宮登編著 (2019) 『キャリアデザイン講座第3版』日経BP社

参考書 大宮登編著 (2013) 『実践キャリア考』実教出版等、その都度指示する。

授業外での学習

キャリア形成に関する課題を提示する。それを使って事前・事後学習を行う。

評価方法

この講義は、ほぼ毎回、資料やワークシートを使って講義と作業をする。そのワークシート作成とそのためのワークショップの参加度が評価の中心となる。レポート40%、各種のワークシート30%、事前事後学習の課題提出30%の配点割合とする。

履修上の注意

データや資料、ワークシートに基づいてディスカッションを行う。事前の準備をすることを心がけて欲しい。

科目名 地域活性化特論
Title Advanced Study of Regional Activation
科目区分 M 産業・経営を主とする研究領域

教授 櫻井 常矢 (サクライ ツネヤ)
担当教員 担当教員との連絡方法

E-Mail

配当年次	単位区分	単位数	開講時期
1・2		2	後期

目的

「地域活性化特論」は、研究科長による開講科目である。本講義は、原則として10月第3または第4土曜日からの連続三日間の集中講義によって行われる。政策研究大学院大学の院生が特別聴講生として参加しており、討論や相乗効果により教育効果は高い。

本特論の目的は、高崎市及び周辺の自治体、企業、各種団体、NPO等による地域づくり、まちづくり活動等の実践事例に触れ、それらを通して、どのように地域の活動が具体的に行われているかを、単なる座学ではなく、現場を訪れ、専門家や当事者の話を聞くことで生きた知識として修得することである。

達成目標

高崎市及び周辺自治体の地域づくり及びまちづくりの先進事例に触れ、実際に地域活性化の取り組みがどのような仕掛けで動かされているのかを、ワークショップや講義を通して理解する。様々な地域・出身母体から派遣されている政策研究大学院大学の教員や学生と議論することで、都市的な視点、学際的な視点など多面的で重層的な理解が進むものと期待される。

スケジュール

- 第1回 講義の狙いとオリエンテーション
- 第2回 講義①都市とランドマーク
- 第3回 ジョブカフェ
- 第4回 高崎駅西口施設見学(美術館、市役所、音楽センター)
- 第5回 講義②空き家問題
- 第6回 ワークショップ(1)
- 第7回 高崎市中心市街地事例(1)レベルブックス
- 第8回 高崎市中心市街地事例(2)まちごと屋
- 第9回 DNA:高校と連携した地域人材育成
- 第10回 高崎市中心市街地まち歩き(中央銀座、電気館など)
- 第11回 講義③大都市制度と地域活性化
- 第12回 シネマテークたかさき
- 第13回 グループワーク(2)視察地の見学
- 第14回 講義④生涯学習とコミュニティ再生
- 第15回 講義⑤観光政策と地域活性化

教科書・参考文献

教科書 特になし

参考書 適宜指示する

授業外での学習

高崎市及び周辺自治体のまちづくり、地域づくりについて、調査地等に関して予備的に調査・学習をしておくこと。

評価方法

平常点30%、レポート70%。講義における意欲、参加度、提出物等から総合的に評価する。

履修上の注意

昼食費、見学期等が発生した場合には、実費負担である。担当者(単位認定権者)は研究科長である。上記の講義内容は、都合により変更されることがある。正式なプログラムは事前に掲示されるので、履修前に必ず確認すること。

科目名 調査と統計特論
Title Advanced Study of Census and Statistics
科目区分 M 産業・経営を主とする研究領域

担当教員
非常勤講師 小池 庸生 (コイケ ノブオ)

担当教員との連絡方法

E-Mail

配当年次
1・2

単位区分

単位数
2

開講時期
前期

目的

社会調査の基本である測定についての基礎を理解すること。その測定に用いられる統計学の基礎知識とその手法である「因子分析」、「t検定」、「分散分析」、「相関係数」、「偏相関係数」、「重回帰分析」、「共分散構造分析」について理解すること。そして、実際の学術論文を理解して、実践的な技術を身につけ使用できるようになること。最終的には、社会調査と統計的手法の知識を総合的に活用して実際の論文の作成ができるようになることを目的とする。

達成目標

調査系の論文を読み、作成するために必要な統計的手法を理解し、統計的分析、解釈が理解できるようになること。その結果、社会調査に基づくレポートや論文を作成できるようになること。

スケジュール

- 第1回 ガイダンス 講義概要、評価方法など
- 第2回 調査系の論文とは
- 第3回 研究における測定とは (1)
- 第4回 研究における測定とは (2)
- 第5回 測定から統計へ (1)
- 第6回 測定から統計へ (2)
- 第7回 因子分析とt検定 (1)
- 第8回 因子分析とt検定 (2)
- 第9回 1要因分散分析と相関係数、偏相関係数 (1)
- 第10回 1要因分散分析と相関係数、偏相関係数 (2)
- 第11回 2要因分散分析と因子分析
- 第12回 重回帰分析 (1)
- 第13回 重回帰分析 (2)
- 第14回 共分散構造分析 (1)
- 第15回 共分散構造分析 (2)、授業総括

教科書・参考文献

教科書 講義中に適宜指示。

参考書 講義中に適宜指示。

授業外での学習

統計に関する本を読み、基本的な項目についての理解を進める。
調査関連の論文を読み、基本的な統計手法についての理解を進める。

評価方法

受講態度等(30%)、小課題(30%)、最終レポート(40%)の割合で判断。

履修上の注意

その時々状況や必要性に応じて、講義計画を変更して行うことがある。

科目名 マーケティング特論
Title Advanced Study of Marketing
科目区分 M 産業・経営を主とする研究領域

担当教員
教授 坪井 明彦 (ツボイ アキヒコ)

担当教員との連絡方法

E-Mail

配当年次
1・2

単位区分

単位数
2

開講時期
前期

目的

今日の地域は、地域間競争が進み今まで以上に、消費者や観光客、住民、企業などから選択してもらうことが重要になっています。そのためには、顧客に自社の製品・サービスを選んでもらうための活動、すなわち、マーケティングの理解が不可欠です。本講義では、企業のマーケティング活動のケースの理解とディスカッションを通して、次の4点を目的としています。①企業の対市場活動としてマーケティングを位置づけ、その戦略策定における視点や枠組みについて理解する。②消費者意思決定プロセスの内容とマーケティング・リサーチの手順について理解する。③製品、価格、流通チャネル、プロモーションというマーケティング・ミックスの詳細を理解する。④脱コモディティ化の手段であるブランド構築をはじめとして、マーケティングの今日的課題と新たな展開について理解する。

達成目標

1. 企業活動についての新聞や雑誌の記事、ニュース等をマーケティングの視点から整理・理解できるようになる
2. 自身が属する組織の活動について、マーケティングの視点から考察し、実践できるようになる

スケジュール

第1回	イントロダクション	評価方法、講義の進め方の説明
第2回	マーケティングを学ぶ	市場の創造、技術とコンタクト、ロングセラー化への対応、脱コモディティ化への対応
第3回	競争戦略	ポジション・ライザール、市場地位、競争対応戦略
第4回	セグメンテーションとターゲティング	セグメンテーションの意義と基準、ターゲティングの5つのパターン
第5回	ポジショニング	STP、知覚マップ、ポジショニングと持続的競争優位
第6回	消費者行動	購買意思決定プロセス、内部情報探索、外部情報探索、態度、関与
第7回	マーケティング・リサーチ	マーケティング・リサーチ・プロセス、因果的リサーチ、仮説の作り方と検証
第8回	新製品開発	製品コンセプト、差別化、製品ラインナップ、新製品開発の手順
第9回	価格戦略	価格決定の3大要素、価格管理、価格に対する消費者の異質性
第10回	流通チャネル戦略	直接流通、間接流通、流通チャネルの特徴を見る3つの視点、チャネル・パワー
第11回	マーケティング・コミュニケーション	コミュニケーション・ミックス、プッシュ戦略とプル戦略
第12回	ブランド構築	ブランド要素とコミュニケーションの重要性、ブランド拡張
第13回	サービス・マネジメント	顧客満足、サービス・デリバリーシステム、インターナル・マーケティング
第14回	経験価値マーケティング	経験価値、経営哲学、従業員教育、従業員満足、経験価値共創
第15回	UIP・マーケティング	トリプルメディア、Eコマース、私生活戦略とO2O、オンライン・コミュニティ

教科書・参考文献

教科書 青木幸弘編 [2015] 『ケースに学ぶマーケティング』有斐閣

参考書 適宜、指示します。

授業外での学習

毎回、テキストの当該箇所を読んで、章末の課題をやった上で授業に出席してください。

評価方法

毎回の授業への貢献度 (毎回の課題の発表、他の人の発表に対する質問・意見など) 100%で評価します。

履修上の注意

毎回、事前に課題をやった上で出席してください。授業では、ディスカッションを重視します。