

	講座名	マーケティング・コミュニケーションによる需要創造，現代会計の動向 (広告と販売促進・簿記会計)
	実施日	平成29年8月9日(水)
午 前	講師	三好 宏(経営学部 准教授)
	到達目標	1. 有効な広告作成の考え方を身につける 2. 営業の役割を説明できる 3. プロモーション・ミックスの重要性と今後の方向性に関して意見を述べるができる
	講習概要 (シラバス)	「マーケティング・コミュニケーションによる顧客創造」 1. 広告による顧客創造 ～事例：P&G ファブリーズ、補足事例：ユニクロ ヒートテック 2. 営業による顧客創造 ～事例：カゴメ 瀬戸内レモン 3. マーケティング・コミュニケーションとしてのプロモーション・ミックス ～まとめとインターネット時代のコミュニケーションのあり方 4. 試験
	成績評価方法 ・注意	上掲の到達目標にどの程度到達したかを、筆記試験により確認する。
	教科書	なし。
	参考書	当日、プリントを配布します。
午 後	講師	川本 和則(経営学部 教授)
	到達目標	1. 会計の国際化の基本的内容について概説できる。 2. 近年のわが国会計を取り巻く状況を概説できる。 3. 現代会計の動向に対する自身の考えを説明できる
	講習概要 (シラバス)	「現代会計学」 国際財務報告基準(IFRS)の形成などの会計の国際化や会計基準のコンバージェンスと呼ばれる問題は、わが国の会計基準の形成にも大きな影響を与える重要な問題である。くわえて、そのような環境下において形成された近年の会計基準においては、将来に生じるかもしれない事象に関する見積もりや予測といった非常に多様な主観的要素が会計の損益計算に次々と導入されている。この不確実性を伴う将来予測要素に基づく会計処理(将来事象会計)の導入もまた、今日の会計における重要な問題である。 本講義はわが国の会計基準などを例に、会計の国際化と将来事象会計の導入という現在のわが国会計における重要な問題を考察しつつ、会計の役割や現代会計の動向に対する理解をさらに深めることを目的とするものである。
	成績評価方法 ・注意	上掲の到達目標にどの程度到達したかを、筆記試験により確認する。
	教科書	資料を配付する。電卓は不要。
	参考書	なし。