

	講座名	マーケティングの変遷と進化／収益認識に関する会計基準（マーケティング・会計）
	実施日	令和3年8月6日（金）
午前	講師	三好 宏（経営学部 教授）
	到達目標	1. マーケティングの発展の歴史を説明できる 2. マーケティング・マネジメントの基本概念を説明できる 3. デジタル社会におけるマーケティングの方向性について、考えを述べるができる
	講習概要 (シラバス)	1. マーケティングの誕生と発展 事例：フォードとGM他 2. マーケティング・マネジメントの基本概念 事例：ペットボトルコーヒー「クラフトボス」 3. デジタル社会のマーケティング 事例：アマゾン他 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	当日、資料を配布する。
	参考書	石井淳蔵他『1からのマーケティング（第4版）』中央経済社、2019年他。
午後	講師	陶 静（経営学部 教授）
	到達目標	1. 企業会計基準第29号「収益認識に関する会計基準」を理解する。 2. 新収益基準適用によって、会計処理の変化について理解する。 3. 実務上の具体的な会計処理ができる。
	講習概要 (シラバス)	*当日、電卓をご持参ください。  2018年3月に公表した企業会計基準第29号「収益認識に関する会計基準」は原則2021年4月1日以後開始する事業年度に適用する。新収益基準の適用によって企業の会計処理は大きく変化する。 本講義は「収益認識に関する会計基準」の概要を説明し、基準の適用によって、実務上も変化する会計処理についても解説する。受講することで新収益基準の理論だけでなく、会計処理もできるようになることを目的とする。 また、会計教育上も基準の変化によって変わるところがある。それらについても本講義を通して整理できることが期待される。
	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。電卓は必要。
	参考書	なし。