

## 2006年度 法学部に政治学科を新設 商学部商業学科は マーケティング学科に名称変更

2006年(平18)4月、法学部(一部)に政治学科が設置される。定員は150人。また、商学部商業学科(一部・二部)は「マーケティング学科」に生まれ変わる。

### 政治学科—国際社会の動きを見極める「目」を養う

1年次で政治学の基礎をマスター

少人数クラスの「基礎分権講座」を1年次に設ける。必修科目の講義と同じテキストで演習を行うことで、より深い理解を目指すとともにレポート作成、プレゼンテーションなど、大学で学ぶ基礎的な能力を身に付けることが出来る。2年次からは進路に沿った三つのコースを設定している。

特徴その1 フレキシブルなコース制  
専門性を持ちつつ、総合的な視野を養うため、各コースは比較的緩やかな構成になっている。選んだコースの科目を中心に、興味や関心に沿って授業を選択出来るので、幅広い学習が可能となる。

特徴その2 短期集中・セメスター制  
一つの授業がセメスター(学期)ごとに完結する制度は、短期集中で理解度を高め、4年間の学習を効率的にする。

特徴その3 アカデミックアドバイザー制度  
少人数クラスの教員が学習面のすべての相談に応じ、メールアドレスの公開などにより、積極的なコミュニケーションをとることが出来る。

### グローバル社会に対応 木幡文徳 法学部長

我々の社会が「グローバリゼーション」という新たな状況を迎え、現状の分析・認識とその進むべき方向について検討することが現実の課題となり、まず政治学の領域にその研究そして教育が期待されることとなった。これに対応すべく我が法学部でもかねてより学科の設置が望まれるところではあったが、諸般の事情から、法学部教育体制の特色の一つであるコース製に第4コースを増設し対処してきたところであった。本学法学部において政治学分野は、これまでカリキュラムの面ではもちろんのこと、その担当教員の面でも一つのコアを形成してきたのであるが、この度、これらを基礎として政治学科として整備され、質量共に充実したものとしたのである。

### 政治学の根幹を学ぶ 〈政治理論・歴史コース〉

グローバルな視点から現代社会の構造と問題を学ぶ。自由とは何か、自由主義はどうあるべきか、グローバル化の中で揺れている国家の形は今後どうなるのか。政治学の最新の議論も含め、政治の理念や規範を学び、21世紀の世界を読み解く視野を育む。

### 世界を一つの 国際社会ととらえる 〈国際政治・地域コース〉

国際社会の政治的な動きを理解しようとするコース。また、日本以外の諸外国・諸地域を研究対象に、個別の歴史的視点や政治形態について考察し、分析を試みる。国際的に展開する企業、さまざまな国際機関など、国際的な分野で要求される能力を養成する。

### さまざまな行政分野で リーダーシップを発揮 〈日本政治・政策コース〉

日本の政治と政策形成のプロセスを理解し、日本の政策を自分で作っていける能力を育成することを目指す。地方公共団体であっても世界の政治動向と無関係に政策決定することが出来ない現代において、日本のさまざまな行政分野でリーダーシップを発揮する資質を磨く。

## マーケティング学科(※カリキュラム紹介は一部[昼間部])—実践的な内容が魅力

将来を想定した四つのコース

40年の伝統を持ち、多くの人材を送り出してきた商業学科は四つのコースで新しく生まれ変わる。

1年次から2年次前期には、各コース専門科目を学ぶ前提となる基礎的な力をつけるための学科共通の選択必修科目群を置き、基礎的な科目を勉強しながら、将来を考え、希望に添ったコースを選ぶこととなる。

マーケティングの視点から  
企業の動きや流通の仕組みを学ぶ  
〈マーケティングコース〉

マーケティングの基本的な考えを身につけ、企業の動きや流通の仕組みを学ぶことが特徴。商品やサービスの提供方法、インターネットの活用、環境問題や商店街の活性化まで幅広く学ぶ。

金融・証券・保険の基本を総合的に学ぶ  
〈ファイナンスコース〉

くらしに深くかかわる「おカネ」の流れについて、金融・証券・保険の三つの側面から学ぶ。現実の金融ビジネスに注目しながら、実践的なファイナンス理論を身につけていく。

地球規模で活躍する  
現代のビジネスを学ぶ  
〈グローバルビジネスコース〉新設

経営・産業・貿易など幅広い視点から学び、グローバルビジネスが重要な役割を果たしている現代社会で十分に活躍出来る人材を育てる。

新たなブランド形成を  
大西勝明 商学部長

商学部は学生が自らの成長を実感出来、商学部での生活が精神的バックボーンとなるような学部の新しいあり方を模索しており、このたび、マーケティング学科を誕生させることを決定した。

商業学科をマーケティング学科に改称する第一の理由は、商学部のイメージを一新し新しいブランド形成を強くアピールしていくことである。これは会計とマーケティング教育を軸として生き抜いていくという商学部の固い決意を表明している。第二に商業学科以上に、包括的かつ現代的な教育を課題としている。第三に内実の改革、教育の中身の充実、実践的で層の厚い教育を指向し、学生の自発的な活動を評価していくカリキュラムを準備している。

ビジネスの難問を知性で解決する術を学ぶ  
〈ビジネスインテリジェンスコース〉新設

激動する現代のビジネス環境で、どんな問題に直面しても、最適な判断が下せるビジネスパーソンを育成。資格取得支援などを積極的にすすめ、留学・大学院進学への準備もしやすい柔軟な科目編成が特徴となっている。

【ニュース専修2005年5月号1面】