

経営学部



理論と実践の双方から ビジネスの最前線に挑戦する

本学部は1962年の創設以来、ビジネスの現場から企業や組織を研究してきました。学部理念である「理論と実践の融合」に基づき、企業を中心とした組織の管理と経営戦略、新ビジネスの可能性などをリアルな視点で分析し、課題解決の手段を創造的に考察。経営課題を見抜く力と行動力で、今後の経済社会を担う経営者やビジネスパーソンを輩出していきます。

個人ニーズに 即した商品をつくる 新たな仕組みに注目

顧客ニーズは今ますます多様化し、とらえにくくなっている。注目されるのは大量生産を前提としつつ、個人の好みに対応できる商品だ。私が好きな文房具も同様。例えば軸の色や形状、重さなどを自由に組み合わせられるペンがあれば？ マス・カスタマイゼーションの可能性を探究したい。

経営学科4年
酒井 裕成さん
東京・立正大学付属立正高校出身



都市から地方へ 人を動かし、 人をつなぐには？

福島で震災を経験し、大学で東京に出てきて感じた一極集中の違和感。人の行動を変える組織論や消費者心理、会計学を学んで、地方活性化の手段を探りたい。地方に根付く企業を育てる以外にも、首都圏の企業と地方をつなぐ取り組みに挑戦したい。

経営学科2年
大原 克月さん 福島・郡山東高校出身



理想のサウナをめざし 経営者マインドで学ぶ！

いつかサウナを経営し、人々を幸福にしたい！ 会計の勉強では経営者の視点で意思決定を疑似体験。日商簿記2級も取得。起業の前にコンサルティングの仕事を通して、いい経営者から直に学びたくて、企業経営アドバイザーの資格取得をめざす。目標に向かって着々と準備できる学科だ。

ビジネスデザイン学科2年
西村 省吾さん
神奈川・湘南台高校出身



0から1を生む 発想力を トレーニング

演習で、この世にないものを考える課題に取り組んだ当初は、既にあたり実現性が低かったりするものしか思いつけず…。様々なアイデア創出のフレームワークを学び、「0から1を生み出す」際も、何かを応用してもよいと知ってからは意識が一変し、発想が広がった。

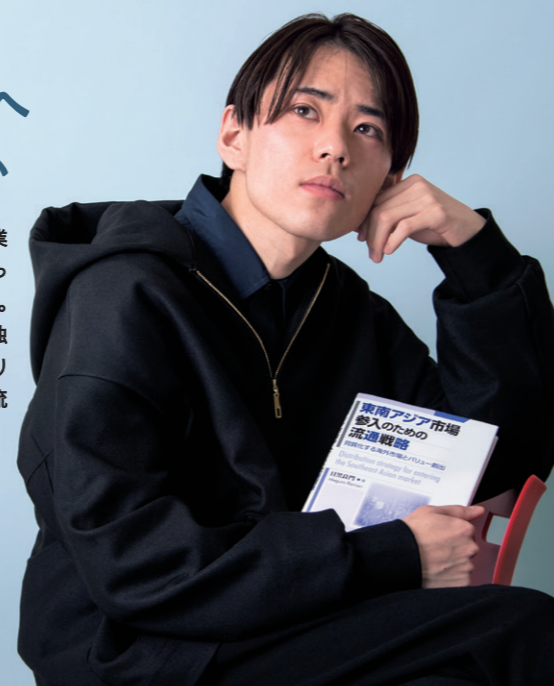
ビジネスデザイン学科2年
野口 佳奈さん 茨城・鹿島高校出身



経済発展する 東南アジア市場へ いかに参入するか

スーパーマーケットでバイトし、流通業界もグローバルな戦略が不可欠だと思った。今、学んでいるのは東南アジア市場。先行する中国や欧米系とは違う、日本独自の商品やサービスを考える課題に取り組んだ。もっと勉強して、世界の人々と流通という経路でつながりたい。

経営学科2年
内田 悠太郎さん 神奈川・秦野曾屋高校出身



何でもある時代、 売れる売れないの 違いは？

何か不便を感じると、こんな商品があればいいのにと考えるのがもともと好き。市場が飽和状態にある時代、売れるものやサービスを発想するのは簡単ではないと学んだが、逆にやる気が出た。日常にひそむヒントを見逃さないよう、バイト先のプリン屋でも試行錯誤中！

ビジネスデザイン学科2年
川人 つぐみさん
静岡・沼津城北高校出身



経営学科

企業経営の諸課題を理解し解決する
ビジネススキルと視点を養う

こんな興味にこたえます

- ・現代の強い企業の秘密が知りたい
- ・人をまとめるリーダーシップを身につけたい
- ・企業活動を通じて社会貢献をしたい
- ・情報をビジネスに活かす手腕を身につけたい

ビジネスデザイン学科

新商品・サービス、
新規ビジネスを創造し、
それを具現化するスキルを学ぶ

こんな興味にこたえます

- ・ベンチャービジネスに携わりたい
- ・企業内で新規事業を立ち上げたい
- ・人々に喜ばれる商品アイデアを生み出したい
- ・自分で店舗チェーンを運営したい

経営学科

生田キャンパス

取得可能な資格

・中学校教諭一種免許状(社会) ・高等学校教諭一種免許状(公民、商業、情報)
・司書 ・司書教諭 ・学校司書 ・学芸員

P107 教職課程等

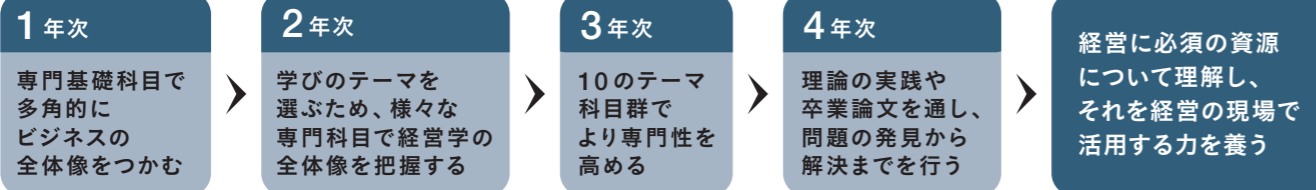
P121 資格・採用試験



もっと大きく
社会に貢献するには
組織を育てる手腕が
求められている

企業や官公庁、地方自治体、NPO、NGOなどは、**組織の価値**や、顧客、ファン、知名度、評判、売上、利益の**拡大(スケールアップ)**が求められます。つまり「1」から「100」へと育てること。そのためには、強いチームや組織づくりが不可欠です。本学科では、**組織の発展**とその**マネジメント**に必要な理論とビジネススキルを身につけ、アクティブ・ラーニングにより実践していきます。**経営に関する諸課題を洞察**し、それを**創造的に解決できる行動力のあるスペシャリスト**と、彼らを活かす**ビジネスパーソン**を育成します。

4年間のSTEP



CHECK >>> リーダーシップを養う人気のプログラム!

組織を牽引する能力の基礎を体得する、「専修リーダーシップ開発プログラム」が人気です。

- ▶▶▶ アクティブ・ラーニングを用いた、多彩な講師陣による講座
- ▶▶▶ 学んだ知識を学内外で実践する、チーム活動 P115 キャリア形成支援



経営学科3年
篠塚 大心さん
千葉・翔洋高校出身
所属ゼミナール
「肌で感じる経営組織論
～多様性とリーダーシップ～」

INTERVIEW ゼミ活動でも組織論を実践活用

高校のサッカー部でキャプテンをしていたこともあり、組織論やリーダーシップに興味がありました。よい組織とは何か、人はどのようなモチベーションで動くのかなど、理論とともに事例研究を行っています。ゼミ活動自体も組織論を実践的に試す場ととらえ、チームリーダーとして、スケジュールの予定を早めに立てることで、仲間の力をうまく借り、マルチタスクをこなせるように努めました。また、課題解決型のコンペ「神奈川産学チャレンジプログラム」にも参戦。学んだことを応用しながら、グループ全体のパフォーマンスが上がるよう、リーダーとして取り組んでいます。

CLOSE UP

「神奈川産学チャレンジプログラム」で、京浜急行の1日フリーパスを活用した観光客誘致の課題に取り組みました。



学びのPOINT 1 理論と実践をつなぎ自分のものにする アクティブ・ラーニング

1年次を中心に、講義形式の授業に加えて情報リテラシ、簿記、論理、経営数学など基礎スキルを少人数クラスで修得。2年次以降はそうしたスキルや専門知識を、アクティブ・ラーニングを用いた主体的・協働的な学びによるビジネス研究やゼミナールで活用。問題発見・解決・発信能力が養われます。

学びのPOINT 2 ビジネスの現場に学ぶ インターンシップを単位化

事前指導を経て、インターンシップに参加し企業の実務を体験します。ビジネスの現場に身を置くことで、職業観・企業観を確立することがねらいです。



学びのPOINT 3 組み合わせは98パターン 10のテーマ科目群から3つを選択

3年次からは、ビジネスの多様な知識を組み合わせた複眼的考察力を磨くため、マネジメント系7テーマ、ビジネスデザイン系3テーマの科目群から3つを選び、専門性を深めていきます。 P51 専門科目一覧

マネジメント系テーマ科目群

1 戦略マネジメント

組織、市場環境、社会環境、国際環境など様々な視点から、企業が業績を上げるための戦略を体系的に学びます。

2 グローバル・マネジメント

グローバル経済における企業経営の国際的な課題を理解し、国際的にリーダーシップを発揮できる経営スキルを身につけます。

3 企業評価とファイナンス

投資家が企業を評価する基準や方法を理解し、経営者として投資家の期待にこたえ、資金調達する方法を考えます。

4 企業活動と会計情報

企業活動を利益やキャッシュフローなどの会計情報によって測定・評価し、それらを経営に活かす力を身につけます。

5 人的資源と知識創造

企業における「人」に焦点をあて、どうすれば人が生き生きと働き、アイデアを出していくことができるのかを考えます。

6 ビジネス・ソリューション

企業経営の意思決定・問題解決の考え方と、情報システムの活用法を学び、実際の経営への役立て方を考えます。

7 ICTと情報マネジメント

情報と通信の技術に関する知識を深め、eコマースやコンテンツ配信など次のビジネスの可能性を考えます。

ビジネスデザイン系 テーマ科目群

詳細はビジネスデザイン学科の1～3をチェック。
P50 ビジネスデザイン学科

8 企業と市場・社会

9 ベンチャー創造と事業継承

10 顧客満足とマーケティング

ビジネスデザイン学科

生田キャンパス

取得可能な資格

・司書 ・学校司書 ・学芸員

P107 教職課程等

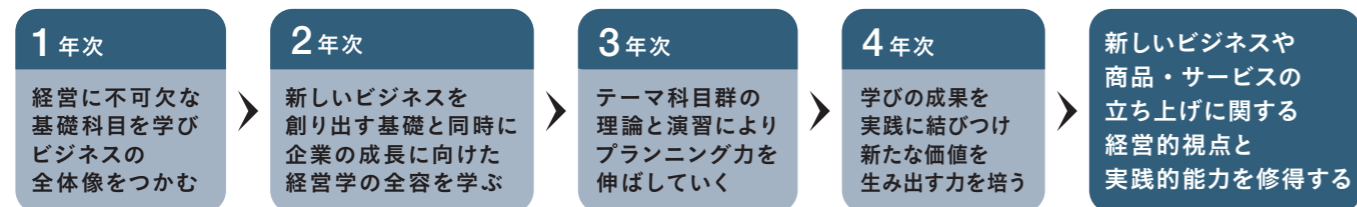
P121 資格・採用試験



新たなビジネスを 立ち上げる力こそが 未来に向けての 価値を創造する

これまで存在しなかった新しい商品・サービス、ビジネスや組織の**創造(スタートアップ)**が、人々の暮らしを大きく変革し、より良い社会をもたらす時代です。それは「0」から「1」を生み出すこと。そのためには**ビジネスの種を発見し、新規事業として立ち上げる行動力と洞察力、人々を集め成功に導く強いリーダーシップ**が必要です。本学科では、顧客、市場、事業創造などの専門的知識を学び、**ビジネスアイデアの具現化**を実際に体験・発信。**自らのアイデアで社会に新たな価値を提供できる人材**を育成します。

4年間のSTEP



CHECK 学生によるビジネスアイデアが続々!

起業志向、ベンチャー志向の学生が多い本学科。学びを通して様々なビジネスアイデアが生まれています。

- ▶ 学外コンテストに応募した学生のアイデア事例
 - ・使っていない子供用品を回収し再利用する**子供用品の定額制レンタルサービス**。
 - ・「潜在保育士」と高齢者と子供たちを結びつけ、**待機児童問題を解決するマッチングサービス**。
 - ・村でボランティアをしたい若者とボランティアに来てもらいたい村を繋ぐ、**過疎問題解決のためのサイト**。
 - ・インターネット動画配信による**CP(コストパフォーマンス)訴求型の基礎学力習得塾**。

ビジネスデザイン学科2年
金城千香さん
神奈川・橋高校出身

INTERVIEW 仕事がかたに残る商品開発に魅力

将来は、新しい価値を生み出す商品開発に携わりたいと思っています。この学科は、講義で学んだことを実践的にチャレンジできるところが魅力です。今は、商品やサービスが売れる仕組みや理論を豊富な事例をもとに学んでいます。ブランドイメージの成功例と失敗例では、真の顧客ニーズを掘り起こす奥深さを知りました。3年次になったら、市場調査からコンセプト作り、原価計算、プロモーション、販路など一連の流れを実践する予定です。体験してみて、本当にやりたいことは何か、それは自分に向いているのかを探っていこうと思っています。

CLOSE UP

日商簿記3級を1年次に取得し、2級をめざして勉強中。就職の際にも、企業を多面的に知る武器になります。

学びのPOINT 1 経営の基礎を学ぶ1年次 ビジネスに必要な基本的知識を固める

1年次には経済や会計、情報リテラシ、マーケティングなど、企業経営の基礎となる知識やスキルを修得します。これらは新しいビジネスを立ち上げるために不可欠な要素。まずは基本を身につけて、2年次以降の学びへと進みます。

関連科目 「経営入門A・B」「マーケティング入門A・B」「情報システム入門」「統計入門」 など

学びのPOINT 2 理論と実践のサイクルでアイデアを実現する 充実した演習科目と10のテーマ科目群

2年次からは「ビジネスデザイン基礎演習」、「ビジネス研究BD」など様々な演習科目を通して実践への経験を積んでいきます。さらに3年次からはめざす道に応じた2つのテーマ科目群を選択し、集中して理論を深めます。ビジネスデザイン系3テーマが主となりますが、マネジメント系の7テーマからも選択可能です。理論と実践のサイクルを通し、アイデアを生み出して事業を軌道に乗せるのに必要な幅広い知見を養います。

理論

ビジネスデザイン系テーマ科目群 P52 専門科目一覧

- 1 企業と市場・社会**
市場や社会といった大きな視野から、企業の経済的・環境的・社会的な貢献や影響力、果たすべき役割や責任を考えていきます。
- 2 ベンチャー創造と事業継承**
起業家・事業の後継者の果たす役割について理解を深め、学生自身のベンチャー精神を高めます。
- 3 顧客満足とマーケティング**
製品やサービスが長く売れるには顧客の満足が必要です。顧客の立場から発想したマーケティング活動を考えます。

マネジメント系テーマ科目群
詳細は経営学科の1〜7をチェック。

- 4 戦略マネジメント**
- 5 グローバル・マネジメント**
- 6 企業評価とファイナンス**
- 7 企業活動と会計情報**
- 8 人的資源と知識創造**
- 9 ビジネス・ソリューション**
- 10 ICTと情報マネジメント**

P48 経営学科

実践

ビジネスデザイン基礎演習

新しい製品やサービス、事業の創造について各種の事例を研究します。

テーマ例

- ・将来の夢を実現するまでのフローチャートを作る
- ・商品・サービスをどのように広告するか考える
- ・新しい商品を実作り、プレゼンする

ビジネス研究BD

企業や地域と連携して環境ビジネスや観光事業創造、地域活性化など多様なテーマのもとに新たな事業を提案します。

テーマ例

- ・秋田県にかほ市の未来構想
- ・小田急電鉄株式会社がSDGsにどのように取り組めば良いか
- ・社会で活躍する企業人との交流を通して、社会的問題解決に取り組む
- ・ICTを活用したインバウンド観光マーケティングのアイデア創造

経営学科専門科目一覧 (2024年度入学者) ●必修 ■選択必修 ▲選択

| 科目名 | 単位 | 配当年次 | 選択 |
|-----------------------|----|-------|----|
| 基礎科目 | | | |
| 経営入門A・B | 各2 | 1 | ● |
| 会計入門A・B | 各2 | 1 | ● |
| 経済入門 | 2 | 1 | ● |
| マーケティング入門A・B | 各2 | 1 | ● |
| 情報処理入門 | 2 | 1 | ● |
| 情報システム入門 | 2 | 1 | ● |
| 統計入門 | 2 | 1 | ● |
| 経営管理総論A・B | 各2 | 2 | ● |
| 簿記基礎演習 | 2 | 1・2 | ■ |
| 論理基礎演習 | 2 | 1・2 | ■ |
| 情報リテラン基礎演習 | 2 | 1・2 | ■ |
| グローバル基礎演習 | 2 | 1・2 | ■ |
| 経営数学基礎演習(線形代数A・B) | 各2 | 1・2 | ■ |
| 経営数学基礎演習(微分積分A・B) | 各2 | 1・2 | ■ |
| 調査の基本 | 2 | 2・3 | ■ |
| 経営データ解析演習 | 2 | 2・3 | ■ |
| インターンシップ基礎・インターンシップ | 各1 | 2・3 | ■ |
| 商業簿記応用演習 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 工業簿記応用演習 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| グローバルリテラン演習 | 2 | 3 | ● |
| ビジネス研究A・B・C・D・MA | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 社会課題発見・解決演習 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| ゼミナールA | 4 | 3 | ■ |
| ゼミナールB | 4 | 4 | ■ |
| 卒業論文 | 4 | 4 | ■ |
| 1 戦略マネジメント | | | |
| 研究開発とイノベーションA・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 応用経済学 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング戦略論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 企業経済学 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 産業組織論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 経営組織論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 戦略経営論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 経営学特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| 2 グローバル・マネジメント | | | |
| 国際ビジネス概論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 日本経済論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 地域研究 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 中期留学プログラムA・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 新興市場ビジネス論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 国際経営論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| ビジネス英語 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 異文化コミュニケーション | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 外国経営史A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| 国際経済論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 経営学特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| 3 企業評価とファイナンス | | | |
| ファイナンスの基礎 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 経営分析 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 金融論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| ファイナンスと統計 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 財務管理論A | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 証券論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 財務管理論B | 2 | 3・4 | ■ |
| リスク・マネジメント論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 経営学特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| 4 企業活動と会計情報 | | | |
| 商業簿記論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 工業簿記論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 企業法と会計情報 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 原価計算 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 管理会計 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 税金の基礎 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 財務諸表論 | 2 | 3・4 | ■ |
| コスト・マネジメント | 2 | 3・4 | ■ |
| 監査論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 税務会計論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 連結会計 | 2 | 3・4 | ■ |
| 経営学特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| 5 人的資源と知識創造 | | | |
| 組織行動論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 経営学とキャリア開発 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| リーダーシップ論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 雇用関係論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 人的資源管理論A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| 労使関係論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 経営学特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| 6 ビジネス・ソリューション | | | |
| 経営情報論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| オペレーション・リサーチA・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 情報システムの分析 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 情報システムの開発 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 経営戦略論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 経営システム論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 生産管理論A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| 会計システムとソリューションA・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| マーケティングとソリューションA・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| 経営学特講 | 2 | 3・4 | ■ |

| 科目名 | 単位 | 配当年次 | 選択 |
|------------------------|----|---------|----|
| 7 ICTと情報マネジメント | | | |
| 情報システム基礎 | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 情報管理概論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| プログラミング基礎 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| プログラミング応用 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| データベース論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| シミュレーション論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 情報セキュリティ | 2 | 2・3・4 | ■ |
| Webプログラミング | 2 | 3・4 | ■ |
| マルチメディア情報処理論A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| 情報通信ネットワーク論A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| 経営学特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| 8 企業と市場・社会 | | | |
| マクロ経済学 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| ミクロ経済学 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 民法A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 経営倫理 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| コーポレート・ガバナンス | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 景気と政策 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 環境経営論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 経営学 | 2 | 3・4 | ■ |
| 会社法A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| 経済法A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| 工業簿記応用演習 | 2 | 3・4 | ■ |
| ベンチャー・ビジネス論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 日本経営史A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 企業家論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| グローバルイノベーション | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 事業継承論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| ベンチャー企業経営論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 事業創造 | 2 | 3・4 | ■ |
| 流通論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・マネジメント | 2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・リサーチ | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 製品開発論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 消費者行動論A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| ブランド論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 広告論 | 2 | 3・4 | ■ |
| マーケティングコミュニケーション | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| サービス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネスデザイン特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| リーダーシップ開発プログラム | 4 | 1・2・3・4 | ▲ |
| 寄付講座 | 2 | 2・3・4 | ▲ |
| 特殊講義 | 2 | 2・3・4 | ▲ |
| 9 ベンチャー創造と事業継承 | | | |
| ベンチャー・ビジネス論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 日本経営史A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 企業家論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| グローバルイノベーション | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 事業継承論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| ベンチャー企業経営論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 事業創造 | 2 | 3・4 | ■ |
| 流通論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・マネジメント | 2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・リサーチ | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 製品開発論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 消費者行動論A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| ブランド論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 広告論 | 2 | 3・4 | ■ |
| マーケティングコミュニケーション | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| サービス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネスデザイン特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| リーダーシップ開発プログラム | 4 | 1・2・3・4 | ▲ |
| 寄付講座 | 2 | 2・3・4 | ▲ |
| 特殊講義 | 2 | 2・3・4 | ▲ |
| 10 顧客満足とマーケティング | | | |
| マーケティング・マネジメント | 2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・リサーチ | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 製品開発論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 消費者行動論A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| ブランド論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 広告論 | 2 | 3・4 | ■ |
| マーケティングコミュニケーション | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| サービス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネスデザイン特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| リーダーシップ開発プログラム | 4 | 1・2・3・4 | ▲ |
| 寄付講座 | 2 | 2・3・4 | ▲ |
| 特殊講義 | 2 | 2・3・4 | ▲ |
| 関連科目 | | | |

経営学科卒業要件単位 (2024年度入学者)

| 参照ページ | 区分 | 卒業要件単位 | |
|--------|-------------|-------------------------|----|
| P11-12 | 転換・導入科目 | 専修大学入門科目 | 2 |
| | | キャリア基礎科目 | |
| | | 基礎自然科学 | |
| | 教養科目 | 保健体育基礎科目 | 22 |
| | | 人文科学基礎科目 | |
| | | 社会科学基礎科目 | |
| | | 自然科学系科目 | |
| | | 融合領域科目 | |
| | | 保健体育系科目 | |
| | 外国語科目 | 英語以外の外国語 | 8 |
| | | 海外語学研修 | |
| | | 基礎科目 | |
| P51 | 専門科目 | 基礎科目 | 24 |
| | | 演習科目 | |
| | | 基幹科目(マネジメント系テーマ) | |
| | 自由選択修得要件単位※ | 発展科目・応用科目(ビジネスデザイン系テーマ) | 76 |
| | | 演習科目 | |
| | | 基礎科目 | |

※ 海外語学研修(※)の科目として認定された単位は、自由選択修得要件単位に算入する。
 ※ 自由選択修得要件単位…定められた科目群の中から、各区分にとらわれず選択・履修し修得することができる単位。

ビジネスデザイン学科専門科目一覧 (2024年度入学者) ●必修 ■選択必修 ▲選択

| 科目名 | 単位 | 配当年次 | 選択 |
|-----------------------|----|-------|----|
| 基礎科目 | | | |
| 経営入門A・B | 各2 | 1 | ● |
| 会計入門A・B | 各2 | 1 | ● |
| 経済入門 | 2 | 1 | ● |
| マーケティング入門A・B | 各2 | 1 | ● |
| 情報処理入門 | 2 | 1 | ● |
| 情報システム入門 | 2 | 1 | ● |
| 統計入門 | 2 | 1 | ● |
| 経営管理総論A・B | 各2 | 2 | ● |
| 簿記基礎演習 | 2 | 1・2 | ■ |
| 論理基礎演習 | 2 | 1・2 | ■ |
| 情報リテラン基礎演習 | 2 | 1・2 | ■ |
| グローバル基礎演習 | 2 | 1・2 | ■ |
| 経営数学基礎演習(線形代数A・B) | 各2 | 1・2 | ■ |
| 経営数学基礎演習(微分積分A・B) | 各2 | 1・2 | ■ |
| ビジネスデザイン基礎演習A・B | 各2 | 2 | ● |
| 調査の基本 | 2 | 2・3 | ■ |
| 経営データ解析演習 | 2 | 2・3 | ■ |
| インターンシップ基礎・インターンシップ | 各1 | 2・3 | ■ |
| 商業簿記応用演習 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 工業簿記応用演習 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| グローバルリテラン演習 | 2 | 3 | ● |
| ゼミナールA | 4 | 3 | ■ |
| ゼミナールB | 4 | 4 | ■ |
| 卒業論文 | 4 | 4 | ■ |
| 1 企業と市場・社会 | | | |
| マクロ経済学 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| ミクロ経済学 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 民法A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 経営倫理 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| コーポレート・ガバナンス | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 景気と政策 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 環境経営論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 経営学 | 2 | 3・4 | ■ |
| 会社法A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| 経済法A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| ビジネスデザイン特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| 流通論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・マネジメント | 2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・リサーチ | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 製品開発論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 消費者行動論A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| ブランド論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 広告論 | 2 | 3・4 | ■ |
| マーケティングコミュニケーション | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| サービス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネスデザイン特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| ベンチャー・ビジネス論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 日本経営史A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 企業家論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| グローバルイノベーション | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 事業継承論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| ベンチャー企業経営論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 事業創造 | 2 | 3・4 | ■ |
| 流通論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・マネジメント | 2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・リサーチ | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 製品開発論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 消費者行動論A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| ブランド論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 広告論 | 2 | 3・4 | ■ |
| マーケティングコミュニケーション | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| サービス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネスデザイン特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| 2 ベンチャー創造と事業継承 | | | |
| ベンチャー・ビジネス論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 日本経営史A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 企業家論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| グローバルイノベーション | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 事業継承論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| ベンチャー企業経営論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 事業創造 | 2 | 3・4 | ■ |
| 流通論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・マネジメント | 2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・リサーチ | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 製品開発論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 消費者行動論A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| ブランド論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 広告論 | 2 | 3・4 | ■ |
| マーケティングコミュニケーション | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| サービス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネスデザイン特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| 3 顧客満足とマーケティング | | | |
| マーケティング・マネジメント | 2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング・リサーチ | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 製品開発論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 消費者行動論A・B | 各2 | 3・4 | ■ |
| ブランド論 | 2 | 3・4 | ■ |
| 広告論 | 2 | 3・4 | ■ |
| マーケティングコミュニケーション | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| サービス・マーケティング | 2 | 3・4 | ■ |
| ビジネスデザイン特講 | 2 | 3・4 | ■ |
| 4 戦略マネジメント | | | |
| 研究開発とイノベーションA・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 応用経済学 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| マーケティング戦略論A・B | 各2 | 2・3・4 | ■ |
| 企業経済学 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 産業組織論 | 2 | 2・3・4 | ■ |
| 経営組織論 | 2 | 3・4 | ■ |

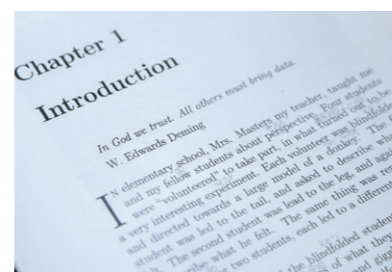
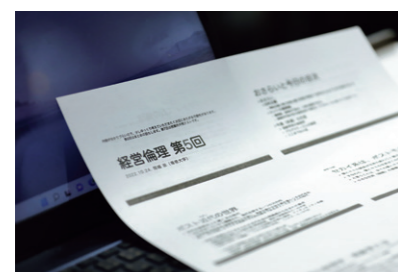
経営学科・ビジネスデザイン学科ゼミナール一覧 (2023年度開講)

| 担当教員 | テーマ |
|--------|------------------------------------|
| 青木 章通 | 現代のコスト・マネジメント |
| 足代 訓史 | デジタルイノベーションとアントレプレナーシップ |
| 石崎 徹 | 広告戦略研究 |
| 一ノ宮 士郎 | 大学生のための企業評価と業界分析 |
| 今井 雅和 | 新興国市場に学び、新たなビジネスを考える |
| 岩田 弘尚 | 地方創生のための管理会計 |
| 植竹 朋文 | 情報技術を用いた問題解決 |
| 宇佐美 嘉弘 | 統計的手法の研究と応用 |
| 大曾根 匡 | 情報システムのアプリの制作 |
| 大柳 康司 | 経営分析と企業評価 |
| 小川 博雅 | 組織の経済学 (経済学やゲーム理論を使って組織をデザインする) |
| 奥村 経世 | 戦略的思考とは何か |
| 小沢 一郎 | イノベーションと競争優位の経営戦略研究 |
| 是永 隆文 | 経済学は企業戦略をどこまで説明できるのか? |
| 坂口 幸雄 | 長期的視点で考える投資家から見た企業価値評価 |
| 佐々木 浩二 | データを用いて経済、金融、証券について考える |
| 佐藤 康一郎 | マーケティング戦略研究 |
| 関根 純 | サービス創造のためのデータ活用手法の研究 |

ゼミナールの詳細はホームページでチェック！
学部ごとに開講しているゼミナールをご覧ください。
ぜひ、チェックしてみてください。



| 担当教員 | テーマ |
|--------|---|
| 蔡 石錫 | 組織行動研究 |
| 中村 世名 | マーケティング戦略の分析と提言 |
| 根本 宮美子 | Leadership and Diversity Management in Global Organizations |
| 橋田 洋一郎 | 現代マーケティング研究 |
| 馬場 杉夫 | 企業・組織・人材の戦略的展開と知の創出 |
| 廣石 忠司 | 人事労務管理 |
| 福原 康司 | 肌で感じる経営組織論～多様性とリーダーシップ～ |
| 間嶋 崇 | 社会をつくる組織/組織をつくる社会： 人と組織と社会の“対話”的構成を考える経営組織論 |
| 宮川 宏 | 企業の経済行動と会計ディスクロージャー |
| 宮村 崇 | ウェルビーイングと情報通信技術 |
| 三宅 秀道 | ポストコロナ時代の消費財ベンチャーの研究 |
| 目黒 良門 | グローバル流通・グローバルマーケティングの研究 |
| 森本 祥一 | “〇〇+経営学” ～経営学をはじめとする社会科学の学際的・実践的応用～ |
| 山内 昌斗 | ビジネスの仕組みに関する研究 |
| 山崎 秀彦 | SDGsと会計 |
| 李 建平 | 市場構造と経営戦略 |
| 渡辺 展男 | システム思考を学ぶ |



授業ピックアップ

気になる「科目」はホームページでチェック！
専修大学Web講義要項(シラバス)をご覧ください。
P51～52に掲載の科目名・学科等を入力して検索ができます。



経営学科

インターンシップ

企業などで実際の仕事を体験します。学びの目的を意識して主体的に取り組み、そこでの見聞をもとに、人々の働きがい、経営者や管理者の意図、企業の社会的な存在意義などを解釈することが、経営諸理論のより深い理解につながります。

経営戦略論

経営戦略とは、企業の存続や業績に大きな影響を与える企業経営の基本方針です。本講義では、経営戦略に対する複数のアプローチ、具体的な経営戦略の策定方法などを体系的に解説。経営戦略の全体像を理解し、戦略分析の基本知識を習得していきます。

調査の基本

組織の運営や創造の意思決定を行ううえで、まだ世の中に存在しない情報を得る調査が必要になることがあります。新製品に関する顧客のニーズや、従業員満足度に関するアンケート調査の設計とその実施など、調査の知識を身につけます。

国際経営論

多国籍企業の基本理論にはじまり、企業事例をもとに、生成や発展、競争戦略を分析。欧米と日本の比較研究を通して、日本の経営や異文化マネジメントについても学びます。多角的な研究により、グローバルな経営・管理の諸問題を理解する力を養います。

ビジネス研究C

講義形式による解説に加え、少人数でのディスカッションやプレゼンテーションなどのグループワークを重視した演習です。先端的なトピックなどについて、専任教員と外部講師という2名の教員が、それぞれの専門分野の見地から講義を行います。

経営情報論A・B

情報や情報システムの役立て方を、活用する立場から学びます。情報システムの目的や課題、情報産業との関係を理解し、ビッグデータ、業務とデータの関係、新たな情報通信技術などを学習。演習を交えて確かなスキルを身につけます。

ビジネスデザイン学科

ビジネスデザイン基礎演習A・B

企業組織は、どのように製品やサービスを開発したり、新しい事業を起こしたり、そのために必要な経営環境の変化を認識しているのでしょうか。事例を参考にしながら実際に取り組み、その難しさや面白さを学びます。

環境経営論

地球環境問題の現状や、企業の経営者・関係者がこの問題に取り組む必要性を認識します。そのうえで、チームに分かれて実際の企業活動や、「エコプロダクツ&エコサービス」の受賞製品&サービスについて議論・プレゼンを行います。

リーダーシップ開発プログラム

学内外での多彩な活動にチームで取り組むプログラム。グループワーク、ケースメソッド、ロールプレイングなどの実践と、理論的解釈、振り返りのサイクルを通し、他者と協働しながら自らのビジョンを実現しているリーダーシップ能力の体得をめざします。

ベンチャー・ビジネス論

商品の新規性、創造される市場の革新性に焦点を当て、具体的な企業の事例を通してケーススタディを実施し、ベンチャー・ビジネスへの理解を深めます。将来、起業を志す人にとっては、その社会的意義についても考える機会になります。

ビジネス研究BD

社会のニーズに応じて設定されたプロジェクトを展開する、産学官連携による演習科目です。学生グループで協働しながら、計画・立案・調査・学習・まとめ・発信のプロセスを経験し、その成果を外部に発表します。

ブランド論

特定の製品・サービスがブランド化されることで、消費者はより価値を見いだします。マーケティング活動においても、企業の競争優位性においても重要な要素であるブランドを構築し、マネジメントする方法を身近な事例をもとに学びます。