

専修大学 SENSHU UNIVERSITY SCHOOL OF COMMERCE 商学部教育の特色

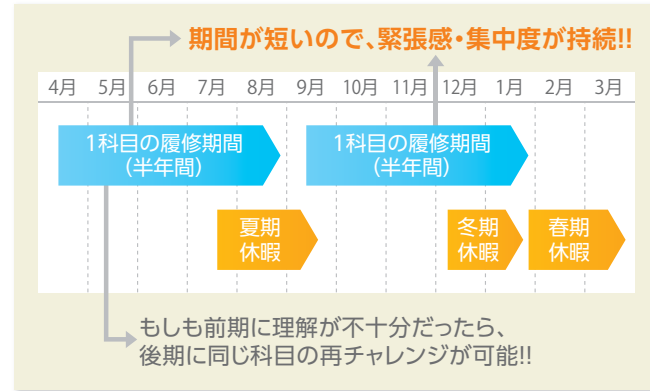


特色1 セメスター制の実施と充実

短期集中で理解度・集中力がアップ!

セメスター制とは、各学年を半年ずつ区切り、前期・後期の2学期制にして専門科目を履修するシステムです。ですから、商学部の主要専門科目は1科目半年間で終了します。たとえば、2単位科目を履修すると1セメスターで週1回の授業を、4単位科目を履修すると週2回の授業を、それぞれ受けることになります。集中して学習できますから、授業をより深く理解することができます。そして、前期に不十分だった科目は後期に再チャレンジすることができます。週2回半年単位の集中型の授業体系によって、効果的に4年間の学習を進められます。

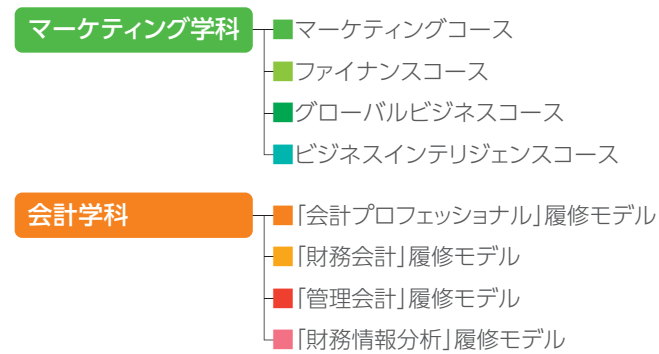
■セメスター制の履修モデル



特色2 コース制とモデル制の導入

専門性を高めるため、進路にあわせた教育をします。

2年次後期よりマーケティング学科では、より専門的な科目をあなたの将来に結びつけて選択しやすいように組み合わせさせた「マーケティングコース」「ファイナンスコース」「グローバルビジネスコース」「ビジネスインテリジェンスコース」の4コースのいずれかを選びます。また会計学科でも、「会計プロフェッショナル」「財務会計」「管理会計」「財務情報分析」と、皆さんがめざす方向にあわせた実践的な履修モデルが設定されています。



特色3 72名の専任教員

少人数教育と、きめ細かい個別学習サポート!

商学部には72名もの専任教員がおり、皆さんの多様な志望に広く応えることができます。

1年次から高度な専門教育を行うとともに、よりきめの細かい学習サポートを心がけています。1年次配当の基礎演習は、少人数クラスの担任制になっています。少人数のゼミナールも、2年次後期からスタートします。

また、オフィスアワーも設けています。これは、教員が学生との面談のために研究室で待機している時間のことで、学生の学習を個別にサポートする時間です。オフィスアワーにおいては、学生の皆さんは自由に先生方に質問や相談をするために研究室を訪れることができます。



マーケティング学科

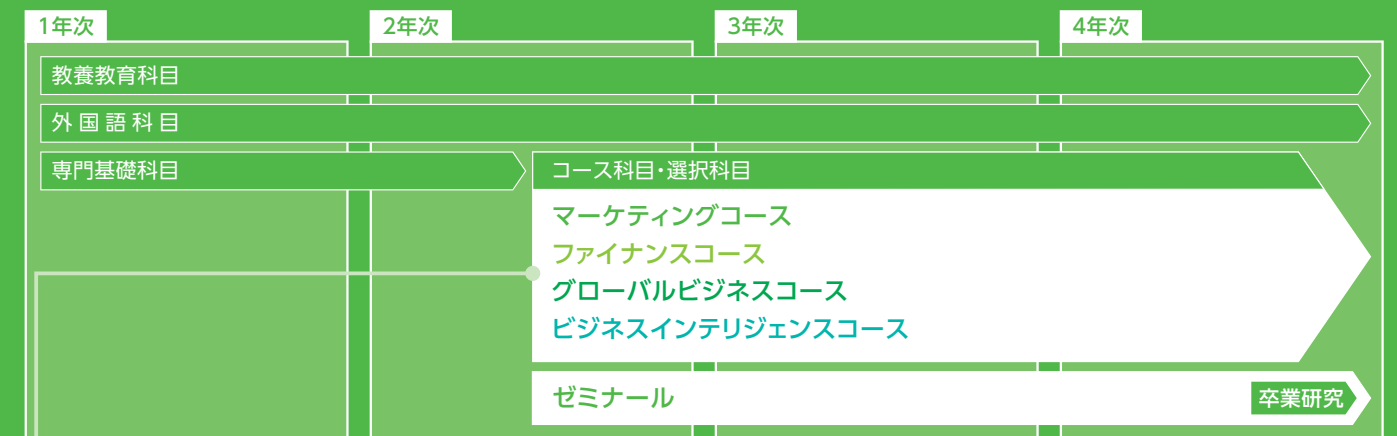
Department of Marketing

広い視野を持った「ビジネスマインド」を育む

商学部のマーケティング学科では、商学部の教育理念、つまり広い視野からの「ビジネス・マインド」の養成に沿ったかたちで教育を行っています。マーケティング学科は、実学としてのビジネス教育を理論的な視野も加味させながら、学生の興味・関心をベースにして4つのコース別に、卒業後の進路を想定しながら学んでいける学科です。



■4年間の学習の流れ



■マーケティング学科の4つのコース

マーケティングコース P05

ダイナミックな動きを示すマーケティング・流通について、現実の企業や商品・サービスの動向を踏まえながら、理論的かつ実践的に学ぶコースです。

ファイナンスコース P07

「カネ」の調達・融通のしくみやリスクの管理の手法などの基本理論を、現代の金融・証券・保険などの金融業界を取り巻く環境や時代の変化をとらえながら学ぶコースです。

グローバルビジネスコース P09

グローバルな環境にある現代のあらゆるビジネスの中で、優れた問題解決の能力を持つビジネスリーダーやNPOなどの地域リーダーに必要な知識や技術を、実践的かつ理論的に学ぶコースです。

ビジネスインテリジェンスコース P11

現代社会において重要なキーワードであるマーケティング、経済、情報の基礎理論と技術を修得し、本物の分析能力とコミュニケーション能力を身につけるコースです。

マーケティングコース



消費者、企業、マーケットを 複眼で体系的に捉える

マーケティングは私たちにとって、とても身近な存在といえます。なぜなら、私たちが毎日接触している商品・サービス、コンビニエンスストア等の小売店、TVコマーシャル等の広告の背景には、マーケティングにかかわる問題がたくさんあるからです。たとえば、どのような商品やサービスを開発すれば顧客が喜ぶか、どのような店舗をつくり品揃えすれば繁盛するのか、どのような広告を制作すれば消費者に受け入れられるのか、などです。こうした課題に取り組みながら、顧客を満足させ、社会に貢献し、企業の利益を生み出す仕組みをつくることこそが、マーケティングなのです。日本有数の教員スタッフを擁する本コースでは、マーケティングについて、理論と実務、政府の政策、歴史的発展、環境問題との関連など、さまざまな方向から体系的に学習することができます。

Message



渡辺達朗 教授
WATANABE Tatsuro

流通・マーケティングの革新とは何か

私のゼミでは「流通・マーケティングの革新」と題して、新しい取り組みを行っている企業などをとりあげ、何がどう革新的なのかを研究しています。ゼミの中心は学生が自主的に進めるグループワークです。ただ、自己流で複雑な現実に向き合っても、深い分析はできません。そのため、基礎的な知識や分析方法を習得・確認すること、社会的な問題に広く関心を向け理解すること、さらには自分の考えをまとめ、発表したり討議したりするコミュニケーション能力を向上させることも重視しています。そのうえで、グループ討議やフィールドワーク、アンケート調査などをつうじて、現実の問題に向き合い、問題の分析や解決方法の模索を行っています。ときには壁にぶつかって悩むことも多いと思いますが、そうしたときに前向きに考え、実践的に課題を解決する知識や行動力を養う場こそがゼミだと思います。

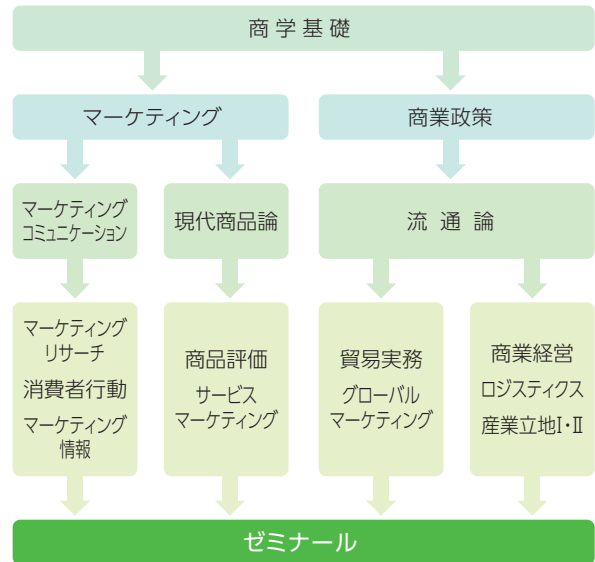


マーケティングコースに所属する 教員のゼミナールテーマ (50音順)

飯田 巳貴	商業史研究
碓 朋子	消費者の心理・行動とマーケティング
石川 和男	マーケティングマネジメントと戦略研究
岩尾詠一郎	物流施設の配置計画に関する研究
奥瀬 喜之	マーケティング及び消費者行動に関する調査・研究
梶原 勝美	ブランド・マーケティング研究
川野 訓志	わが国における商業政策の研究
熊倉 広志	マーケティング・マネジメントと消費者行動研究
見目 洋子	現代商品の市場創造とビジネスの研究
関根 孝	流通・マーケティング研究
生田目 崇	経営数理： マーケティング・モデルとデータ解析
前川 明彦	グローバル化における街づくりと企業研究
渡辺 達朗	流通・マーケティングの革新に関する研究

※他コースのゼミナールや、会計学科で紹介するゼミナールも受講可能です。
※テーマについては変更することもあります。

主要科目の履修の流れ



※このコースを選択する学生は、1年次で商業や流通の理論、歴史、政策を広く学ぶ「商学基礎」を履修し、2年次では「マーケティング」「商業政策」「現代商品論」、3・4年次では「マーケティングコミュニケーション」「マーケティングリサーチ」「商品開発」などの発展した科目を学ぶことになります。2年次後期からは、希望により「ゼミナール」を選択します。「ゼミナール」は3年次、4年次と継続し、最終的に調査報告書や卒業論文をまとめます。

マーケティングコースの履修モデル

将来の進路に合わせて、自分でモデルを選択し、カスタマイズできます。

- A メーカーや流通企業の営業・販売等の仕事をめざす
- B 製品や広告の企画・開発、消費生活アドバイザーの仕事をめざす
- C マーケティング・プロフェッショナルをめざす
- D 家業(自営業)の継承・発展や起業をめざす
- E 地元の街の活性化のために自治体公務員をめざす

卒業後のイメージ

- 製品や広告の企画・開発
- メーカー等の企業の営業・販売
- 家業の継承・発展
- 経営コンサルタント・中小企業診断士
- 自治体公務員
- 消費生活アドバイザー など

私のゼミ! (渡辺ゼミナール) 渡辺友理さん(4年次)



渡辺ゼミのテーマは「流通・マーケティングの革新に関する研究」です。教科書を解読してマーケティングの知識を深めると同時に、企業分析、プレゼンテーション大会への参加、他大学とのディベート大会等を行っています。グループワークが多いため、周りの意見から学びを得て、互いに刺激しあうことができます。2010年度は神奈川産学チャレンジプログラムに渡辺ゼミから2チームが参加し、最優秀・優秀賞を受賞することができました。また、表彰式の際には、受賞チーム代表として、全体に向けて発表も行ったため、本当にグループが一丸となりながら課題に取り組み「達成感」を味わうことができました。ゼミ生同士も仲が良く、また指導していただいている渡辺先生は、的確なアドバイスや豊富な知識を教えてくださいました。ゼミは少人数制なのでゼミ生や先生との絆を深められるとともに、授業だけでは学べないことをたくさん吸収でき、自分が成長できる場だと思います。興味のある方はぜひ一緒に学び成長していきましょう!

先輩たちは、こんな卒論を書いている

- 近現代イタリアにおける交通の歴史と自動車産業
- K-POP旋風に見る韓国の音楽マーケティング
- オークションの市場健全化機能と新たなビジネスモデルの提案
- 経済データから見た日本国内のゲーム市場の変化
- マルイにおける若者の購買行動と店舗内満足要因について
- 生活雑貨小売業の動向
- 再販制からみる日本的流通システム
- 本をめぐるビジネス変革～電子書籍と新古書店がもたらす影響～
- わが国における貯蓄と金融商品選択行動の推移
- 拡大する通信販売についての考察

ファイナンスコース



「ファイナンス」を理解し、 激動の時代を読み取る

今日、日本版金融ビッグバンの進展で、銀行、証券、生命保険・損害保険は、業種の垣根を越えて競争する時代になりました。

また、外国の金融機関との国際的な競争も激しくなっています。

「ファイナンスコース」では、現代の金融ビジネスに注目しながら、ファイナンスの基本理論を金融・証券・保険の3つの側面から理解できるように、金融サービスの本質が学べるカリキュラムが組まれています。また、新鮮な金融情報に接する機会として、金融機関と提携し、寄附講座として特殊講義を開講する枠組みを設けています。理論的な専門科目とあわせて、実践的なファイナンスが体系的、総合的に学んでいけます。

ファイナンスコースの履修モデル

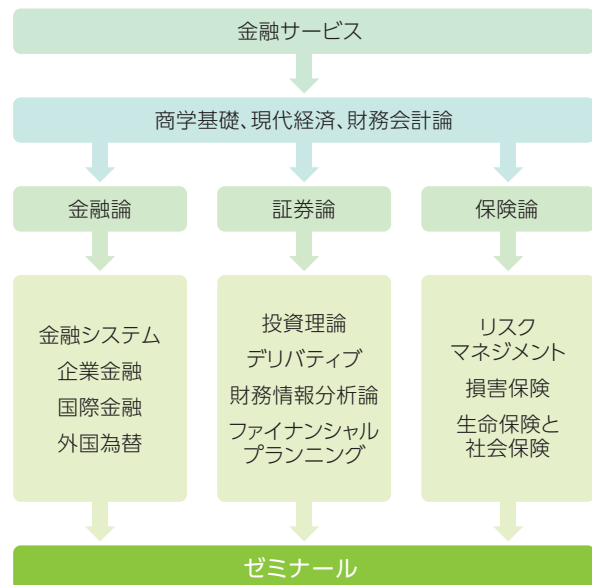
将来の進路に合わせて、自分でモデルを選択し、カスタマイズできます。

- A 新時代の金融プロフェッショナルをめざす
- B 金融機関や企業財務部門での活躍をめざす
- C 保険業(損害保険・生命保険)、大手保険ブローカーでの仕事やリスクマネージャー、保険代理店、ファイナンシャルプランナー、社会保険労務士などをめざす

卒業後のイメージ

- 銀行・証券・保険会社の営業事務
- 一般企業の財務部門
- 保険ブローカー
- 信託銀行の信託業務
- 損害保険・生命保険の代理店
- ファイナンシャルプランナー など

主要科目の履修の流れ



※このコースを選択する学生は、1年次で金融を広く学ぶ「金融サービス」を履修し、2・3年次では「金融論」「証券論」「保険論」、3・4年次では「金融システム」「投資理論」「損害保険」などの発展した科目を学ぶことになります。2年次後期からは、希望により「ゼミナール」を選択します。「ゼミナール」は3年次、4年次と継続し、最終的に調査報告書や卒業論文をまとめます。



杉野文俊 准教授
SUGINO Fumitoshi

人と企業がいかにサバイバルし、より良く生きるか!

私は、ゼミは社会性を養い、鍛える場であると考えています。楽しく有意義なゼミ生活を送るためには、ゼミ生同士の活発な交流によって生れる友情や連帯感、そして一人ひとりのコミットメント(約束)が不可欠です。

コミットメントとは、2年半の間に卒業論文を書き上げること、そしてゼミに対して一人ひとりが責任を果たすことを自らに約束することです。保険とリスクマネジメントは、人や企業がいかにサバイバルをはかるか、いかに良く生きるかということにかかわる学問です。したがってゼミ生が取り上げるテーマは何でも自由というのがこのゼミの特長



です。ゼミ生は毎回自分の調べてきたことを発表し、それらの積み重ねが卒業論文となっていきます。卒業時には、ゼミ仲間との思い出とともに大きな達成感を味わうことができるでしょう。

私のゼミ! (杉野ゼミナール) 白川雅久さん(4年次)



2010年度にゼミで取り組んだテーマは、「たばこ」や「食品」の安全性、「動物実験」の倫理性、「ペット保険」、マクドナルドなどの「企業研究」、「フランチャイズ経営」「生命保険会社の破綻」「損害保険代理店」「年金」「環境」などの問題です。ゼミ生の発表は「たばこをつくるために森林が伐採されている」とか、「化粧品や薬品をつくるために大量の動物が犠牲になっている」など、初めて聞くことも多くとても勉強になります。毎回、半分のゼミ生が発表をして、残り半分のゼミ生は質問をしたり、意見を述べたりします。

また、長年企業での実務経験をもつ先生からのいろいろなお話やアドバイスを受けられるため、自分たちの知識を増やし、視野を広げるうえで大変参考になります。ゼミ生もそれぞれが個性を発揮し、ときに「珍問」「奇問」もあり、ゼミは楽しく盛り上がります。

ファイナンスコースに所属する 教員のゼミナールテーマ(50音順)

上田 和勇	リスクマネジメントと保険
小藤 康夫	金融サービス産業と日本経済
清水 順子	外国為替を学ぶ
杉野 文俊	保険とリスクマネジメント
瀬下 博之	経済と金融
手嶋 宣之	証券市場における企業評価

※他コースのゼミナールや、会計学科で紹介するゼミナールも受講可能です。
※テーマについては変更することもあります。

先輩たちは、こんな卒論を書いている

- 金融機関のリスクマネジメント
- 銀行はなぜ破綻するのか
- 世界経済危機と日本経済
- 為替相場と私たちの生活との関係
- ネット銀行の現状と課題
- 消費税はどう増税すべきか
- 情報リスクマネジメント
- 専修大学におけるリスクマネジメント～学生生活に関わるリスク～
- リアルマドリードの経営について
- 日本企業の中国進出に対する証券市場の評価



グローバルビジネスコース



21世紀のグローバルなニーズに対応した人材を育てる

現代社会では、新たな発想にたち、現状にチャレンジする革新的で実行力のある人材が求められています。2006年新設の「グローバルビジネスコース」では、グローバルなビジネス環境の中で優れた問題解決能力を持つビジネスリーダーやスペシャリストを育成することを目的としています。

また、ベンチャービジネスなどの新しい事業を起こしたり、企業を経営したり、企業や官公庁の企画や立案等のできる人材の育成もめざしています。「グローバルビジネス」や「現代企業」を基本とし、「国際経営」、「国際分業と貿易」、「貿易実務」、「経営戦略」、「起業と経営」、「中小企業」、「人的資源」等の発展的科目を、自分自身の目的・問題意識にあわせて選択履修できます。

Message

高橋義仁 准教授
TAKAHASHI Yoshihito



商学部の特徴を生かし、社会で活躍できる総合力をつける

経営戦略を中心テーマとする私のゼミでは、社会で活躍できる総合力を身につけることができるよう、2年半の活動を通じてさまざまなテーマに取り組んでいます。2年次後期では経営戦略理論書の読解とプレゼンテーション・ディスカッションの主宰者をつとめます。3年次ではビジネスプランニングの基本を学ぶとともに、グループでテーマを発掘しプランの作成に取り組めます。この成果はコンテスト等に応募



するように薦めますが、頑張るゼミ生が多く毎年受賞チームが出ています。4年次では学んだことを基礎に据えた卒業研究を行い、その成果を論文集として発刊します。これらの活動は、経済産業省の「産業技術人材育成支援事業(平成22年度)」の指定を受けることになり、「モデル講座」として他大学・大学院にも紹介されました。

グローバルビジネスコースに所属する教員のゼミナールテーマ(50音順)

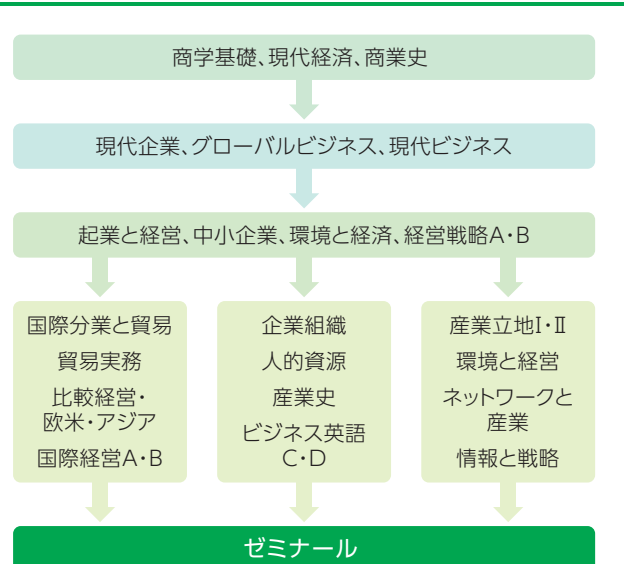
赤羽新太郎	現代経営者論
大西 勝明	現代企業研究
鹿住 倫世	中小企業の経営革新 および創業
川村 晃正	日本商業史・産業史の研究
小林 守	国際経営環境と企業行動の研究
高橋 義仁	企業・組織の経営戦略分析と ビジネス・プランニング
田中 和雄	グローバル化と 「日本の経営」の変化
前田 和貴	国際貿易に関する研究

※他コースのゼミナールや、会計学科で紹介するゼミナールも受講可能です。
※テーマについては変更することもあります。

先輩たちは、こんな卒論を書いている

- 笑顔とビジネス・コミュニケーション
- ユニクロの経営戦略
- セブンイレブン・ジャパンの販売戦略
- 日本における自動車関連産業の現状と展望
- 迫られる日本のグローバル化
- 日本と米国の広告の比較
～そこから見える日本の広告の今後～
- 旅行業界の現状と今後の課題
- キャラクタービジネスの研究:
ご当地キャラクターの効果について
- 大手スーパーマーケットの経営戦略における違い
- 雇用の実状と創出に向けて
～地方の雇用再生の糸口は～

主要科目の履修の流れ



※このコースを選択する学生は、1年次で産業経済社会を広く学ぶ「商学基礎」を履修し、2年次では「現代企業」「グローバルビジネス」「現代ビジネス」、3・4年次では「国際分業と貿易」「国際経営」「比較経営・欧米・アジア」「人的資源」「産業立地」「ネットワークと産業」などの発展的科目を学ぶことになります。2年次後期からは、希望により多くの学生が「ゼミナール」を選択します。「ゼミナール」は2年次後期、3年次、4年次と継続し、「卒業研究」として調査報告書や卒業論文をまとめます。

グローバルビジネスコースの履修モデル

将来の進路に合わせて、自分でモデルを選択し、カスタマイズできます。

- A 総合商社・専門商社・貿易会社・大企業の海外ビジネス部門での活躍や国家試験「通関士」をめざす
- B 世界市場で活躍する「中小・中堅企業経営者」や「起業家」・「中小企業診断士」などをめざす
- C グローバルに展開するビジネスの経営戦略や企画部門・官公庁でのビジネスリーダーやスペシャリストをめざす

卒業後のイメージ

- 国際ビジネスマン
- 自治体の商工業行政
- 起業家・自営業
- 企業の企画・戦略策定
- NPO・NGOスタッフ
- ビジネスコンサルタント など

私のゼミ! <高橋ゼミナール> 和田舞香さん(卒業生)



私たちのゼミでは、経営戦略(企業がほかの企業に勝つための戦い方)を学んでいます。2年次に経営戦略に関する本をもとにディスカッションを交えながら、経営戦略の基礎を学び、3年次では産学プロジェクトに参加し、実在する企業が直面している問題を分析してビジネスプランを立てます。そして4年次では各自のテーマに沿って卒業論文を書きます。

高橋先生は企業での実務経験や米国への留学経験もあり、幅広い知識をもっているのので、疑問点があるときはいろいろな例を出しながらわかりやすく説明してくださり、またグループプロジェクトなどで行き詰まった際には的確なアドバイスをくださいます。

ゼミでは、普通の講義に比べ学生が発言する機会が多いので、自分の意見をもつことやさまざまな視点から物事を考えることの大切さを学びました。またゼミには同じことに興味をもつ学生が集まるため、同じゼミ生からいつもよい刺激を受けられました。同じ目標に向かって切磋琢磨し合える仲間ができたことが、ゼミに入って一番よかったと思っています。



ビジネスインテリジェンスコース



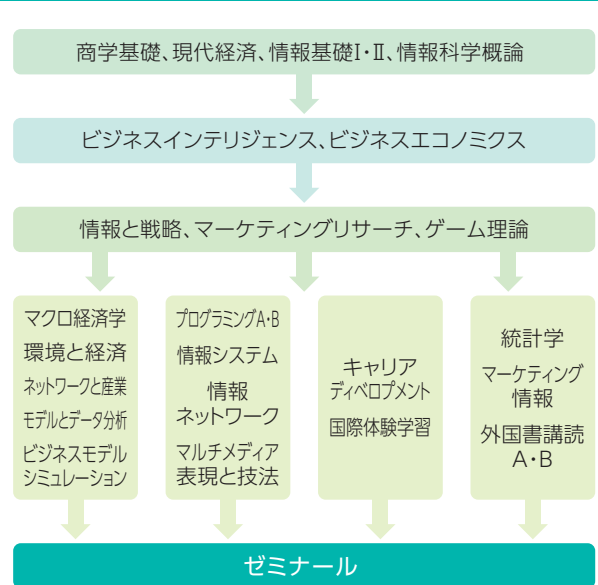
現代の コミュニケーション能力をみがく

ビジネスインテリジェンスコースでは、激動の現代ビジネス環境で誰もが経験したことのない問題に直面しても、最適な判断を下せるビジネスマインドを育成します。

本コースの特徴は、単に、ビジネスに役立つ知識や技術を学ぶのではなく、ビジネスに不可欠な理論的基礎やそれらの知識にもとづくコンピュータシミュレーションを学ぶ中で、ビジネスに要する知識や技術を体系的に修得することにあります。その上で、実際のビジネスの場で臨機応変に対応する能力やビジネスチャンスを活かすための能力の育成をめざします。

資格取得支援を積極的に進めるほか、留学・大学院への進学準備もしやすい柔軟な科目編成となっています。

主要科目の履修の流れ



※このコースを選択する学生は、1年次で商業、経済、情報を広く学ぶため他コースと同じ基礎科目を履修し、2年次で「ビジネスインテリジェンス」をはじめとする思考のフレームワークを、3・4年次では「ビジネスモデルシミュレーション」など、実践的な「知の利用技術」を学びます。2年次後期からは希望にあわせて「ゼミナール」を選択します。「ゼミナール」は3年次、4年次と継続し、最終的に調査報告書や卒業論文をまとめます。

ビジネスインテリジェンスコースの履修モデル

将来の進路に合わせて、自分でモデルを選択し、カスタマイズできます。

- A ビジネス・エコノミクスとストラテジーを中心とした履修モデル
- B コンピュータ利用技術と理論を中心とした履修モデル
- C 資格取得や体験的学習を重視した履修モデル
- D 大学院進学をめざす履修モデル
(本学大学院商学研究科「商学特修プログラム」にも対応)

卒業後のイメージ

- IT関連企業・要資格業・NPO
- 高等学校情報科教員
- 家業の継承・発展
- 国家公務員、地方公務員
- 海外の大学への留学や国内外の大学院への進学 など

Message



高萩栄一郎 教授
TAKAHAGI Eiichiro

感性データを数値化し、“人間の行動”を予測する

当ゼミでは、表計算やWebを使って、おすすめの商品やサービスを提示するシステムをつくっています。「使いやすさ」とか「おもしろさ」などの感性データをどのように数値化するのかを考えたり、どのようにしておすすめのものを選ぶのかという「人が行う決め方」を考えたりしています。

一人ひとり別々のテーマを選び、アンケートの実施やシステムのつくり方などについて、お互いに知恵を出し合い協力しながらつくっていき、各自のシステムを批評しあいます。

テーマは、「温泉地探し」や「中古車検索」などゼミ生の興味のあるものを選びます。

システムをつくる上で、Webサービス(リクルートやRAKUTENなどのデータをWebを使って入手する方法)やGoogle MapやGoogle ChartなどWeb上の資源の利用など、最近のおもしろい技術を取り入れるようにしています。



私のゼミ (高萩ゼミナール) 伊東匠斗さん(4年次)



みなさんこんにちは。高萩ゼミのゼミ長・伊東です。

私たちのゼミでは主にパソコンを使って、賑やかに活動しています。賑やかといっても、授業は先生の講義を熱心に聞き、一人ひとりが真剣に課題に取り組み、わからないところはみんなで一緒に考え、協力しあっています。

私は自動車が好きなので、スポーツカーやミニバンの特徴を調べ、おすすめの自動車を検索するWebシステムをつくりました。

高萩ゼミでは、一人ひとりが取り組んだ個性的な課題に触れ合うことができ、他のゼミでは味わえないおもしろさや発見があります。

ビジネスインテリジェンスコースに所属する 教員のゼミナールテーマ(50音順)

吾郷 貴紀	空間と企業戦略: 立地、製品差別化の理論
内野 明	経営情報システム 一情報社会を生きる企業と人間
太田 和博	交通と観光に関する研究
大林 守	探索的計量経済分析の実践 (スーパーランチャー養成ゼミ)
計 聡	ニュースをみる経済学
阪本 将英	環境経済学
高萩栄一郎	感性情報処理を使った表計算, Webシステムの作成
高橋 裕	企業行動と社会現象の シミュレーション

※他コースのゼミナールや、会計学科で紹介するゼミナールも受講可能です。
※テーマについては変更することもあります。

先輩たちは、こんな卒論を書いている

- 2010年のIT革命
- プライベートブランドの発展とその戦略
- ロングセラー商品の考察:
コカ・コーラに見るロングセラー商品の戦略
- 学校教育外の要因が成績に及ぼす影響
- パソコン・ネットの普及に伴う広告と消費者の変化
- 外食産業の現状と課題
～環境と経済の調和を目指して～
- 喫煙に関わる経済的損失
- 音楽プレーヤーの検索システム
- シアトル系コーヒーショップについて
- ペットビジネスについて

