

経営学部

生田
キャンパス

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。学部の理念である「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。

この20年間で1万店の書店が町から消えた。しかし書店の書架は発見に満ちたワンダーランドであるはずだ。その魅力を伝え、書店業界を盛り上げるには？消費者行動論や顧客体験価値、コトラーのマーケティング理論などから考えていく。

ビジネスデザイン学科4年
長島 なつ海さん
埼玉・所沢北高校出身

激減していく
町の書店に、
新たな価値を
見出していくには？



想像以上に学べた
データサイエンスや
AIの活用



就職先のシンクタンクでも、文系学部なのに知識があると評価された。AI・ディープラーニング活用力を認定するG検定も取得でき、学んだことを活用して最先端技術により経営分析できるコンサルタントをめざしたい。

経営学科4年 藤本 雄大さん
神奈川・生田東高校出身

地域活性化活動としてイベントで新潟の米を販売した。価格、パッケージやチラシのデザイン、販売時間などすべて研究論文を精査して決定。感覚で決めず、確実な論拠を持つことが効果的な行動につながる。この考え方は将来への財産だ。

経営学科4年 森下 里佳子さん
静岡・藤枝東高校出身

地域産品の販売を
成功に導いたのは
確かな「論拠」



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経営したい

人は得するよりも
損することに敏感。
その不合理な行動に
ヒントが



レジ袋に3円払うのはイヤなのに、おまけ付きや期間限定の商品は必要なくても買ってしまう。今買わなければ損だと感じるのだ。人間の行動は意外と不合理。その心理の不思議を知ることが、新しい事業の種になる。追求するほどに深いテーマだ。

ビジネスデザイン学科2年 下條 利久さん
東京・本所高校出身

屋外広告は
いかにバズる？
変化する
惹きつけ効果に注目



今、街なかには派手やかなデジタル広告が溢れている。これらはSNSでの拡散をねらったものだ。話題になって多くの人に広がり、時にはバズることもある。ネット広告も同様だろう。広告の持つ新たな惹きつけ効果に注目していきたい。

ビジネスデザイン学科3年 加藤 詩菜さん
新潟・高志中等教育学校出身

ファッション×
ITを通して
倫理的経営への
糸口を模索中



企業は利潤追求だけでなく倫理的であることが求められる。例えばアパレル業界ではシーズンが変わるごとに売れ残った多くの商品が破棄される。余るほど生産するのもエネルギーロスだ。IT活用による倫理的な生産流通の可能性を模索している。

経営学科3年 安藤 新さん
神奈川・伊志田高校出身

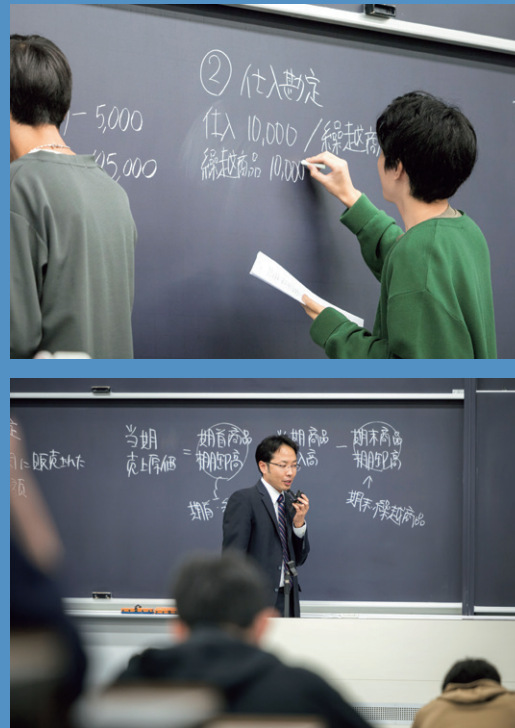
経営学科

生田キャンパス

取得可能な資格 ————— ▷ P105 教職課程等 ▷ P119 資格・採用試験

・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

もっと大きく社会に貢献。
そのため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

4年次

理論の実践や卒業論文を通し
問題の発見から解決までを行う

3年次

10のテーマ科目群でより専門性を高める

2年次

学びのテーマを選ぶため様々な
専門科目で経営学の全体像を把握する

1年次

専門基礎科目で多角的にビジネスの全体像をつかむ

身につく力

経営に必須の
資源について理解し、
それを経営の現場で
活用する力を養う

INTERVIEW



チームの成果を左右する心理的安全性

成功する組織には、メンバーが安心して意見を言える「心理的安全性」があります。この概念を日々のグループワークで実践中です。雑談から入って発言しやすい雰囲気をつくり、メンバーの特性を引き出す役割を振るなど、成果を上げるための環境づくりの有効性を実感しました。私には、日本の健康寿命の維持に貢献したいという目標があり、将来パーソナルトレーナーとして、運動習慣を継続できる製品・サービスの開発に、学んだことを活かすつもりです。

経営学科3年

橋野 響さん 神奈川県・旭高校出身

所属ゼミナール

「マーケティング戦略の分析と提言」

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し、2年次以降で、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。

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。

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

▷ P49 専門科目一覧

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。

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。 ▷ P48 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

取得可能な資格 —————▷ P105 教職課程等 ▷ P119 資格・採用試験

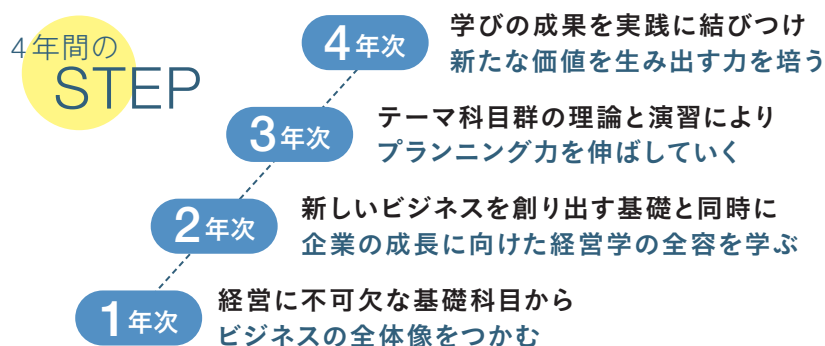
・司書 ・学校司書 ・学芸員

生田キャンパス

新たなビジネスを立ち上げる。
その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。



身につく力

新しいビジネスや商品・サービスの立ち上げに関する経営的視点と実践的能力を修得する

INTERVIEW



課題を通して発想の引き出しを広げる

1年次から参加できる「リーダーシップ開発プログラム」で、企業から提供される課題に取り組むなど、実践的に学べるのがこの学科の強みです。授業でも毎週のように課題が出され、ヒット商品の開発背景を自分で分析していくために、興味のある分野、ない分野に関わらず、様々な情報を収集することが日課になりました。発想を転換したことで評価されることも増え、自信につながりました。目標は、人に喜びをもたらすイノベーションを創出できる人間になることです。

ビジネスデザイン学科2年

御子柴 育実さん 長野・松本秀峰中等教育学校出身

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。

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。

▶ 学外のコンテストに応募した学生の実践事例

- ・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**。

ビジネスデザイン系テーマ科目群

▷ P50 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。▷ P46 経営学科

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

理論



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
- ・新しい商品を実作し、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

経営学科専門科目一覧（2025年度入学者）

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	■			
演習科目	基礎系	論理基礎演習	2	1・2	■		
		情報リテラシ基礎演習	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	■		
		専門系	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	■		
	グローバルリテラシ演習		2	3	●		
	総合系		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	■		
	基幹科目（マネジメント系テーマ）	1 戦略 マネジメント	ゼミナールB	4	4	■	
			卒業論文	4	4	■	
			2 グローバル・ 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	■		
3 企業評価と ファイナンス		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	■		
4 企業活動と 会計情報		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	■			
	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	■			
5 人的資源と 知識創造	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	■			
	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	■			
6 ビジネス・ ソリューション	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	■			
7 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	■			
	雇用関係法	2	2・3・4	■			
	人的資源管理論A・B	各2	3・4	■			
	労使関係法	2	3・4	■			
	経営学特講	2	3・4	■			
	経営情報論A・B	各2	2・3・4	■			
8 ビジネス・ ソリューション	オペレーションズ・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	■			
9 ビジネス・ ソリューション	経営学特講	2	3・4	■			
	経営情報論A・B	各2	2・3・4	■			
	オペレーションズ・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	■			
10 ビジネス・ ソリューション	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	■			
	経営情報論A・B	各2	2・3・4	■			
	オペレーションズ・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	■			

経営学科・

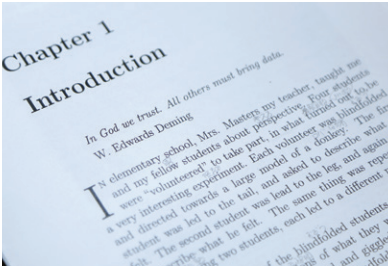
ビジネスデザイン学科ゼミナール一覧（2024年度開講）

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
金 成珠	消費者行動とマーケティングの研究
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	金融経済(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 苳錫	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
橘田 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
間嶋 崇	肌で感じる経営組織論～多様性とリーダーシップ～ 社会をつくる組織 / 組織をつくる社会： 対話から考える経営組織論
宮川 宏	企業の経済行動と会計ディスクロージャー
三宅 秀道	ポストコロナ時代の消費財ベンチャーの研究
宮村 崇	ウェルビーイングと情報通信技術
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

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。

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。

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。

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。

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。

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けるリーダーシップ能力の体得をめざします。

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。

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。

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。

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。

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。
P49～50に掲載の科目名・学科等を入力して検索ができます。

