

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。

成長への新しいアプローチ
“パーパス経営”の
意義に注目している

3年以内離職率35%の衝撃。
若者たちが転職する理由と
企業が取るべき対策は？

新卒採用者の早期転職が増えている。入社3年以内の離職率は35%という高さだ。せっかく就職したのになぜ。ずっと働きたいと思える組織づくりや上司のリーダーシップのあり方を、経営側の視点で探究したい。

経営学科2年
渡辺 千歳さん
北海道・旭川東高校出身

預金・融資を担い
経済の心臓役
銀行の果たす役割は大きい

銀行とは個人や企業のお金を預かる場所？実は、預金・融資を通して経済を回していくのも大きな役割。銀行は金銭の流れを生み出すポンプ役なのだ。こうした金融系の仕事で人や地域企業の夢を支えるのが目標だ。

経営学科3年
佐伯 藍さん
神奈川県・津久井浜高校出身

企業が利益を追求するのは当然だが、今はそれだけでは持続的成長が望めない。パーパス、つまり社会的な存在意義や貢献姿勢が強く求められている。就職内定先のホテルでも、地域の実態に即した貢献に力を注ぎたい。

経営学科4年
松本 潤佳さん
宮城・仙台南高校出身

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

- ☐ 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

レンタサイクルにはカゴ付きとカゴなしがある。自然の中を巡るのにカゴは要らないが、街で買い物をするには必要だ。ささいなことのようにも経営する企業にとっては重要。使う側の目的に沿った配慮が経営の“鍵”だと知った。

経営学科2年
荒木 結生さん
埼玉・熊谷西高校出身

旅先で自転車を借りるなら
カゴ付き、カゴなし？
どちらを用意するか
考えるのも経営センス

人はどんなときに音楽を聴きたいと思うのだろうか。どういう音楽を求めているのだろうか。行動経済学を通して消費者ニーズの理解が可能だ。趣味として続けてきた楽曲制作を、新しいビジネスに結びつけられる可能性が見えてきた。

ビジネスデザイン学科2年
平松 広大さん
東京・八王子実践高校出身

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

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

故郷の魅力度アップを目的に、卒業後は起業をめざしている。若者も楽しめる街として盛り上げるには、アイデアだけでなく、経営や人事のノウハウも重要だ。ビジネスコンテストへの参加などを通じ、学びの経験を重ねたい。

ビジネスデザイン学科2年
日高 未愛さん
広島・広島国泰寺高校出身

転出者の多い故郷の
魅力をアップするには？
起業に向けた学びを重ねる

今、人々が求める音楽とは？
その分析の先に、新たな
ビジネスの種がある

経営学科

生田キャンパス

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**に必要な理論や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。

》 学びの特色

1 少人数クラスで学ぶ 豊富な基礎演習科目

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、経営数学などの基礎スキルを少人数クラスで修得します。

2 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

2年次以降は、1年次に身につけた基礎をアクティブ・ラーニングを用いた主体的・協働的な学びによる専門演習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。

3 興味のあるテーマを深く学べる 4つの学部共通テーマから 2つを選択 ▶ P47 専門科目一覧

経営学科独自必修テーマ

戦略と組織のマネジメント

企業や事業の戦略を策定・実行するための課題や方法を理解し、組織を正しく設計し、働く個人を育成する方法を考えます。



学部共通テーマ

1 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。

2 会計・ファイナンス

企業活動を利益などの会計情報によって測定・理解して経営に活かす力、投資家が企業を評価する方法を身につけます。

3 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。

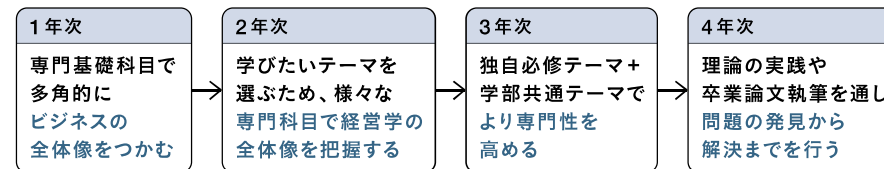
4 ICTマネジメント

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。



》 4年間のSTEP

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／



Check!

取得可能な資格

P103 教職課程等 P117 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

INTERVIEW

経営や投資の確かな知識を将来に活かしたい

公務員をめざすうえで、経営や金融などの広い知識が必要だと感じました。実際、多様な分野を通して社会を俯瞰的に見られるようになったのは、この学科で学んだ大きな成果です。生涯資金への不安が指摘されるなか、金融知識も必要と考えて、ゼミでは投資戦略に挑戦。仮想取引ですが現実に関連した利益の変動にはときどき驚きました。その他、政治や社会の動きを知ることができるすべての科目が、今後の社会人生活に役立つと感じます。

Q. どんなゼミですか？

関連科目で学んだ知識を活かし、日銀グランプリではまちづくり、日経ストックリーグではシェアリングエコノミーをテーマに仮想投資を行いました。

Q. おすすめの科目は？

「ファイナンスの基礎」は、国と銀行と私たちの関係について分かりやすく学べます。お金がどのように流れているのか、すんなり理解できました。

Q. 今後挑戦したいことはありますか？

アルバイトでお金がたまったら、本物の投資に挑戦してみたいです。



経営学科3年

北原 由紀さん 静岡・常葉大学附属菊川高校出身

所属ゼミナール

「金融経済(データをを用いて経済、金融、証券について考える)」

経済学部

法学部

経営学部

商学部

文学部

人間科学部

国際コミュニケーション学部

ネットワーク情報学部

ビジネスデザイン学科

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。

》 学びの特色

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、情報リテラシー、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。

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 5つのテーマ科目群

1年次後期からは「ビジネスデザイン基礎演習」、2年次からは「専門演習」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年次からはビジネスデザイン学科独自必修テーマである「商品開発と事業創造」に加えて、めざす道に合った学部共通テーマを選択し、集中して学びを深めます。

学外のコンテストに
応募した学生のアイデア実例

- ・使っていない子ども用品を回収し再利用する子ども用品の定額レンタルサービス。
- ・「潜在保育士」と高齢者と子どもたちを結びつけ、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。

ビジネスデザイン学科独自必修テーマ ▶ P48 専門科目一覧

商品開発と事業創造

新しいビジネスや商品を生み出し、成長させるために必要な課題を理解し、分析するためのスキルを身につけます。



学部共通テーマ

1 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。

2 会計・ファイナンス

企業活動を利益などの会計情報によって測定・理解して経営に活かすか、投資家が企業を評価する方法を身につけます。

3 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。

4 ICT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。

理論と実践

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

- ・事業立ち上げの初期段階で必要となる考え方
- ・データ分析を活用したアイデア創造のプロセス
- ・行動経済学を活用した行動デザイン

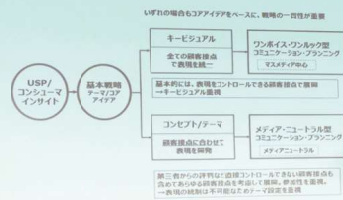
専門演習・専門演習コラボ

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

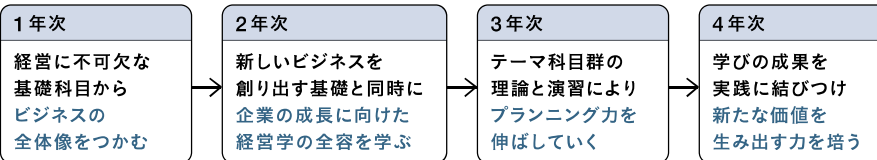
- ・ICTを活用したインバウンド観光マーケティングのアイデア創造
- ・小田急電鉄株式会社がSDGsにどのように取り組めば良いか
- ・社会で活躍する企業人との交流を通して、社会的問題解決に取り組む

コミュニケーション・プランニング



》 4年間のSTEP

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



Check!

取得可能な資格

P103 司書課程等 P117 資格・採用試験

・司書 ・学校司書 ・学芸員

INTERVIEW

人間の心理探究にビジネスの種がある

先進的な学びができると考えて選んだ学科ですが、1年次必修の「統計入門」には苦手意識がありました。ただ、学びを進める中で身近なテーマが多く、データ分析の面白さも徐々に分かるようになりました。今はゼミでもデータ分析を実施し、贈り物をもらった人がお返ししたくなる気持ち=相互性がビジネスにどう結びつくかを調査しています。新たなビジネスの種は、日常の中に多数存在する——。そんな気づきがありました。

Q. おすすめの科目は？

「ビジネスデザイン基礎演習」では、多くの先生の授業を通して興味分野が広がります。「事業創造論」で新ビジネス誕生の経緯を探るのも刺激的でした。

Q. どんなゼミですか？

行動経済学をベースにしたゼミです。心理学に近い面もあって興味深いです。

Q. 学びに関して意識していることはありますか？

図書館では心理学、哲学など経営学以外の本をあえて読みます。読書を続ける中で、この知識があったよかったと気づかされることもしばしばです。



ビジネスデザイン学科4年

澤村 弘星さん 神奈川・湘南学院高校出身

所属ゼミナール

「選択と行動の経済学」

経済学部

法学部

経営学部

商学部

文学部

人間科学部

国際コミュニケーション学部

ネットワーク情報学部

経営学科専門科目一覧 (2027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	●	
	基礎系		簿記基礎演習	2	1・2	■
			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	■	
		経営数学演習(線形代数A・B)	各2	1・2・3・4	■	
		経営数学演習(微分積分A・B)	各2	1・2・3・4	■	
専門系			調査の基本	2	2・3	■
			データ分析演習(統計)	2	2・3・4	■
演習科目		データ分析演習(機械学習)	2	2・3・4	■	
		データ分析演習(数理最適化)	2	2・3・4	■	
		数理統計学演習	2	2・3・4	■	
		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・4	■	
	総合系		専門演習	2	2・3・4	■
			専門演習コラボ	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	■		
基幹科目	戦略と組織のマネジメント	企業経済学	2	2・3・4	■	
		経営学史	2	2・3・4	■	
		経営学とキャリア開発	2	2・3・4	■	
		ゲーム理論	2	2・3・4	■	
		コーポレート・ガバナンス	2	2・3・4	■	
		産業組織論	2	2・3・4	■	
		組織行動論	2	2・3・4	■	
		ファミリービジネス論	2	2・3・4	■	
		ミクロ経済学	2	2・3・4	■	
		リーダーシップ論	2	2・3・4	■	
発展科目	グローバルマネジメント	環境経営論	2	3・4	■	
		経営システム論	2	3・4	■	
		経営戦略論A・B	各2	3・4	■	
		経営組織論	2	3・4	■	
		組織変革論	2	3・4	■	
		人的資源管理論A・B	各2	3・4	■	
		異文化コミュニケーション	2	2・3・4	■	
		応用マクロ経済学	2	2・3・4	■	
		国際ビジネス概論	2	2・3・4	■	
		新興市場ビジネス論	2	2・3・4	■	
発展科目	会計・ファイナンス	地域研究	2	2・3・4	■	
		日本経営史	2	2・3・4	■	
		ビジネス英語	2	2・3・4	■	
		マクロ経済学	2	2・3・4	■	
		留学プログラムA	1	2・3・4	■	
		留学プログラムB	2	2・3・4	■	
		留学プログラムC	3	2・3・4	■	
		留学プログラムD	4	2・3・4	■	
		外国経営史	2	3・4	■	
		国際経営論	2	3・4	■	
国際経済論	2	3・4	■			
日本経済論	2	3・4	■			
発展科目	会計・ファイナンス	管理会計	2	2・3・4	■	
		企業法と会計情報	2	2・3・4	■	
		金融論A・B	各2	2・3・4	■	
		経営分析	2	2・3・4	■	
		原価計算	2	2・3・4	■	
		工業簿記論	2	2・3・4	■	
		財務管理論A・B	各2	2・3・4	■	
		商業簿記論A・B	各2	2・3・4	■	
		証券論	2	2・3・4	■	
		税金の基礎	2	2・3・4	■	
ファイナンスの基礎	2	2・3・4	■			
会計システムとソリューションA・B	各2	3・4	■			
監査論	2	3・4	■			
コスト・マネジメント	2	3・4	■			
財務諸表論	2	3・4	■			
税務会計論	2	3・4	■			
連結会計	2	3・4	■			

経営学科卒業要件単位 (2027年度入学者)

参照ページ	区 分		卒業要件単位	
P13・14	社会知性基盤科目	S基礎科目		24
		S応用科目		
	教養科目	人文科学基礎科目		
		社会科学基礎科目		
		自然科学系科目	2	
		保健体育系科目	2	
	外国語科目	英語	8	124
		英語以外の外国語		
	単位互換科目	海外語学研修	*	
	P47	専門科目	基礎科目	24
演習科目			10	
基幹科目			12	
発展科目			16	
応用科目				
関連科目				
自由選択修得要件単位※				24

※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 (2027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	■
発展科目	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	■
	経営数学演習(線形代数A・B)		各2	1・2・3・4	■
	経営数学演習(微分積分A・B)		各2	1・2・3・4	■
	調査の基本		2	2・3	■
	データ分析演習(統計)		2	2・3・4	■
	データ分析演習(機械学習)		2	2・3・4	■
	データ分析演習(数理最適化)		2	2・3・4	■
	数理統計学演習		2	2・3・4	■
	商業簿記応用演習		2	2・3・4	■
演習科目	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・4	■
	専門演習		2	2・3・4	■
	専門演習コラボ		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	■
	アントレプレナシップ論		2	2・3・4	■
	イノベーション論A・B		各2	2・3・4	■
	企業者史		2	2・3・4	■
基礎科目	企業論		2	2・3・4	■
	経営倫理		2	2・3・4	■
	産業・企業調査		2	2・3・4	■
	製品開発論		2	2・3・4	■
	ベンチャー・ビジネス論		2	2・3・4	■
	マーケティング・リサーチ		2	2・3・4	■
	事業創造論		2	3・4	■
	ブランド論		2	3・4	■
	憲法A・B		各2	2・3・4	■
	民法A・B		各2	2・3・4	■
発展科目	会社法A・B		各2	3・4	■
	経済法A・B		各2	3・4	■
	労働法A・B		各2	3・4	■
	寄付講座		2	1・2・3・4	■
	寄付講座		1	1・2・3・4	■
	特殊講義		2	1・2・3・4	■
	特殊講義		1	1・2・3・4	■
	異文化コミュニケーション		2	2・3・4	■
	応用マクロ経済学		2	2・3・4	■
	国際ビジネス概論		2	2・3・4	■
基礎科目	新興市場ビジネス論		2	2・3・4	■
	地域研究		2	2・3・4	■
	日本経営史		2	2・3・4	■
	ビジネス英語		2	2・3・4	■
	マクロ経済学		2	2・3・4	■
	留学プログラムA		1	2・3・4	■
	留学プログラムB		2	2・3・4	■
	留学プログラムC		3	2・3・4	■
	留学プログラムD		4	2・3・4	■
	外国経営史		2	3・4	■
発展科目	国際経営論		2	3・4	■
	国際経済論		2	3・4	■
	日本経済論		2	3・4	■
	管理会計		2	2・3・4	■
	企業法と会計情報		2	2・3・4	■
	金融論A・B		各2	2・3・4	■
	経営分析		2	2・3・4	■
	原価計算		2	2・3・4	■
	工業簿記論		2	2・3・4	■
	財務管理論A・B		各2	2・3・4	■
基礎科目	商業簿記論A・B		各2	2・3・4	■
	証券論		2	2・3・4	■
	税金の基礎		2	2・3・4	■
	ファイナンスの基礎		2	2・3・4	■
	会計システムとソリューションA・B		各2	3・4	■
	監査論		2	3・4	■
	コスト・マネジメント		2	3・4	■
	財務諸表論		2	3・4	■
	税務会計論		2	3・4	■
	連結会計		2	3・4	■

		科目名	単位	配当年次	選択
発展科目	マーケティング	マーケティング戦略論A・B	各2	2・3・4	■
		マーケティング・マネジメント	2	2・3・4	■
		流通論	2	2・3・4	■
		流通戦略論	2	2・3・4	■
		広告論	2	3・4	■
		サービス・マーケティング	2	3・4	■
		ビジネス・マーケティング	2	3・4	■
		マーケティングコミュニケーション	2	3・4	■
	ICTマネジメント	マーケティング・サイエンスA・B	各2	3・4	■
		オペレーション・リサーチ	2	2・3・4	■
		経営情報論A・B	各2	2・3・4	■
		シミュレーション論	2	2・3・4	■
		情報管理概論A・B	各2	2・3・4	■
		情報システム基礎	2	2・3・4	■
		情報システムの分析	2	2・3・4	■
応用科目	情報システムの開発	2	2・3・4	■	
	情報セキュリティ	2	2・3・4	■	
	データベース論	2	2・3・4	■	
	プログラミング基礎	2	2・3・4	■	
	プログラミング(システム開発)	2	2・3・4	■	
	情報通信ネットワーク論A・B	各2	3・4	■	
	プログラミング(www)	2	3・4	■	
	プログラミング(人工知能)	2	3・4	■	
	マルチメディア情報処理論A・B	各2	3・4	■	
	企業経済学	2	2・3・4	▲	
経営学史	2	2・3・4	▲		
経営学とキャリア開発	2	2・3・4	▲		
ゲーム理論	2	2・3・4	▲		
コーポレート・ガバナンス	2	2・3・4	▲		
産業組織論	2	2・3・4	▲		
組織行動論	2	2・3・4	▲		
ファミリービジネス論	2	2・3・4	▲		
ミクロ経済学	2	2・3・4	▲		
リーダーシップ論	2	2・3・4	▲		
環境経営論	2	3・4	▲		
経営システム論	2	3・4	▲		
経営戦略論A・B	各2	3・4	▲		
経営組織論	2	3・4	▲		
組織変革論	2	3・4	▲		
人的資源管理論A・B	各2	3・4	▲		
関連科目	憲法A・B	各2	2・3・4	▲	
	民法A・B	各2	2・3・4	▲	
	会社法A・B	各2	3・4	▲	
	経済法A・B	各2	3・4	▲	
	労働法A・B	各2	3・4	▲	
	寄付講座	1	1・2・3・4	▲	
	寄付講座	1	1・2・3・4	▲	
	特殊講義	1	1・2・3・4	▲	
特殊講義	1	1・2・3・4	▲		

経営学科・
ビジネスデザイン学科ゼミナール一覧 （2026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
岩田 弘尚	地方創生のための管理会計
楠竹 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	選択と行動の経済学
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戦略、そして韓流研究
國吉 啓介	AI・データでひらく価値創造の研究
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
塩野 直志	社会問題・経営問題を科学しよう

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
焦 雅	コーポレートガバナンスと戦略的意思決定
譚 奕飛	経営問題解決のための情報処理とシミュレーション技術
蔡 苳錫	組織行動研究：自己エスノグラフィを含めて
中村 世名	マーケティング戦略の分析と提言
根本 宮美子	Global Management and Leadership
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	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
松本 涼	日本の社会をデータで分析する
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
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
森内 泰	国際経営の理論と実務
矢澤 清明	経営戦略とAI活用
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
山田 耕嗣	多様性と協働のダイナミズムを読み解く
李 建平	市場構造と経営戦略



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。
P47～48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

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。

専門演習コラボ

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2名、あるいは専任教員とビジネスの世界で活躍する実務家がコラボレーションし、それぞれの専門分野の見地から講義を行います。

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み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。

経営戦略論A・B

経営戦略とは、企業が目的を遂行するための方向性や行為の道筋を指し示すものであり、企業が環境に適応し、存続や成長をしていくうえで非常に重要なものです。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

グローバルビジネスのあり方の変革が今後、日本企業にいかなる影響を及ぼすのかという視点から、日米欧のグローバル企業の経営戦略、経営慣行、貿易事業、海外展開、産業政策、異文化経営の特徴について、具体的な企業の比較事例を用いて学びます。

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。

製品開発論

多くのマーケティング活動が製品をもとに展開されている点からすれば、製品はまさにマーケティングの中核であると言えます。本講義では、製品開発にまつわる用語や考え方について、身近な事例をもとに説明を進めていきます。

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。

マーケティング・ リサーチ

マーケティング・リサーチの基本プロセスの実施において、検討すべきポイントや活用可能な手法を学習します。データを活用してより良い意思決定を行う力、さらには、他者の行ったリサーチの結果を鵜呑みにせず正しく評価する力が身につきます。

消費者行動論 A・B

私たち消費者は、店頭でモノやサービスを買うときにそれらをどのようにして選んでいるのでしょうか。消費者が購買や所有、使用といった消費活動を行う際に、どのような要因が介在し、影響し合い、いかなる結果が生じるかについて考えていきます。

ブランド論

特定の製品やサービスがブランドになると、消費者はより価値を見いだします。マーケティング活動の中で大切な存在であるブランドを構築し管理する方法について、身近な事例をもとに学んで企業がいかに競争優位に立っているかを考えます。

