

総合経営学部 商学科 履修モデルコース

マーケティングコース

➡ 新商品開発や広告などについて学び、企業のマーケティング部門のリーダーを目指します。

何が身につくのか、育成する人材像は

➡ 顧客ニーズの発掘、新商品・新サービスの企画立案、商品のPRに至るまでの理論的・実践的知識を備え、企画、開発、マーケティング部門のリーダーとして活躍できる人材。

能力を活かせる分野・職業等	目標とする資格等	学ぶべき分野
企業の商品企画 開発部門 企業の市場調査部門 企業の広告・宣伝部門	マーケティング・ビジネス実務 検定 中小企業診断士	マーケティング サービス・マーケティング マーケティングリサーチ 製品戦略

科目区分	1年次	単位	2年次	単位	3年次	単位	4年次	単位	3年次終了時 修得目標単位	卒業 要件
副専攻科目		28		14		10			52	46
演習科目	ゼミナールIA ゼミナールIB	2 2	ゼミナールII フィールドワークゼミナールII	(4) (4)	ゼミナールIII フィールドワークゼミナールIII	(4) (4)	ゼミナールIV フィールドワークゼミナールIV	(4) (4)	12	12
主専攻科目	基礎科目	商学概論 I	2						12	12
		商学概論 II	2							
		簿記原理	4							
		経営学概論 I	2							
		経営学概論 II	2							
	基幹科目			マーケティング戦略論	4	消費者行動論	2		28	20
				物流戦略論	4	流通論	2			
				サービス産業論	2	流通組織論	2			
				サービス経営論	2	管理会計論	4			
				ビジネス・プログラミング	4	インターネットとビジネス	2			
専門科目	マーケティング分野		国際経営論	4	国際マーケティング論	4	商業経営論I	2	34	26
					サービス・マーケティング 製品戦略論	2 2	商業経営論II	2		
	流通分野						流通チャネル論	2		
	分野共通		債権法（民事取引法）	4	商法（商取引法） 商法（会社法）	(4) (4)	国際取引法	4		
他学科 設置共通		経営情報論	4			知的財産制度 地域社会と中小企業 地域産業振興論	2 2 2			
全学共通					ビジネス・インターンシップ	2*				
自由選択科目	キャリアデザイン入門	2*	キャリアデザイン応用	2*						8
修得 目標 単位	演習+主専攻	16	32	(履修制限単位外の単位数含む)	38		20			
	副専攻との合計	44	46	(履修制限単位外の単位数含む)	48					
	履修制限単位	44	46		46		48			

※同一科目区分内で、単位の欄に（ ）がついている科目は、いずれかを選択してください。

※単位に「*」がついている科目は、履修登録の制限単位数とは別に登録することができます。