

# 総合経営学部 商学科 履修モデルコース

## 営業プロフェッショナルコース

➡ 顧客の要望に応える「営業活動」について学び、  
企業の営業部門や販売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

➡ 「流通」と「マーケティング」の基礎理論および問題発見・解決型の営業・販売についての実践的知識を備え、企業の営業部門や販売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
製造業、卸売業の営業・販売部門、小売、外食、サービス業の営業・販売部門、大型小売店	販売士 中小企業診断士	商業経営、経営分析 流通情報、経営情報

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							
		経済学概論 I	2							
		経済学概論 II	2							
	基幹科目	流通論		2	マーケティング戦略論	4			28	20
		流通組織論		2	消費者行動論	2				
		物流戦略論		4	会社会計論	4				
		サービス産業論		2	管理会計論	4				
		サービス経営論		2	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			サービス・マーケティング	2	国際マーケティング論	4	34	26	
				商業経営論 I	2	グローバル経済と日本	4			
				商業経営論 II	2					
				製品戦略論	2					
				サプライチェーンマネジメント	2					
		マーケティングリサーチ	2							
	流通分野		流通金融論	4	流通チャネル論	2	貿易論	2		
				流通情報システム論	2	流通政策論	2			
	分野共通		債権法（民事取引法）	4						
			商法（商取引法）	4						
	他学科 設置共通		経営情報論	4						
	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		16		
	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。