

履修モデル（経営学部データ経営学科）

1) 履修モデル 経営・ビジネスリーダー育成志向

現在、企業そのものが大規模となり、その経営方法も複雑化しており、多くの業務をこなすことができる有能な人材がますます必要とされている。経営管理の職能を遂行することに関する専門知識と企業の社会的責任を自覚し、知識、技能、経験、判断力、統率力、行動力を兼ね備えた経営の専門家、常にビジネスの課題を発見しその解決策を模索しビジネスの最前線で活躍するリーダーの育成をめざす履修モデルである（履修モデル「経営・ビジネスリーダー育成志向」P104 を参照）。

2) 履修モデル 経営コンサルタント育成志向

企業に対して、経営戦略、組織・人事戦略、マーケティング、業務改善などを提案し、その実現へ向けてのアドバイスや支援をするための専門知識と実務能力を学ぶ。そこで学んだ専門知識や実務能力を利用しながら、経営上の様々な問題を収集したデータを分析し、課題を明らかにするとともに、解決策が提案できる人材の育成をめざす履修モデルである（履修モデル「経営コンサルタント育成志向」P105 を参照）。

3) 履修モデル 事業・商品企画開発担当者育成志向

製品やサービスの価値は企業が決定するのではなく顧客が決めることを出発点として、マーケティングに必要な消費者、企業、市場を複眼的に捉える能力を育成するためのベーシックとなる履修モデルを設定している。企業を取り巻く社会・経済、消費者が大きく変化している中で、理論や演習科目を通してマーケティングの本質を理解することにより、ビジネスの現場で役立つ課題解決能力や提案力をもった人材の育成をめざす履修モデルである（履修モデル「事業・商品企画開発担当者育成志向」P106 を参照）。

4) 履修モデル データ活用リーダー育成志向

企業経営と企業における情報の仕組みを理解し、デジタル社会の変化に対応した情報収集やデータ分析方法を修得することにより、将来、ビジネスにおいてデータを活用した新しい企画立案力や分析能力を持つことを目指す。企業活動における様々なレベルでの意思決定に必要となる情報の利活用について理解し、企業マネジメント全般で活躍する人材の育成をめざす履修モデルである（履修モデル「データ活用リーダー育成志向」P107 を参照）。

経営学部データ経営学科の教育課程の履修モデル【経営・ビジネスリーダー育成志向】

科目群	分類	区分	科目・選択	単位数	1年次		2年次		3年次		4年次	
					前期	後期	前期	後期	前期	後期	前期	後期
経営学部 データ経営学科	ビジネス基礎教養	基礎	必修	2	ビジネス基礎総合科目							
		専攻	必修	18		ビジネス基礎総合科目	ビジネス基礎総合科目Ⅰ	ビジネス基礎総合科目Ⅱ	ビジネス基礎総合科目Ⅲ		ビジネス基礎総合科目Ⅳ	
		専攻	必修									基礎英文
	教養	基礎	必修	6	基礎総合科目 英語・英語特論	英語特論						
		専攻	必修	4			基礎総合科目	基礎総合科目				
		専攻	選択	10		英語特論 英語Ⅰ	基礎総合科目 基礎総合科目Ⅱ					
		専攻	選択	20				サービスデザインソフト	基礎総合科目 中央総合科目 アントレプレナーシップ 基礎総合科目 コンピュータ応用	基礎総合科目 リーダーシップ論 基礎総合科目 スタートアップ実践		
		専攻	選択	4								
	マーケティング	基礎	必修	4	基礎総合科目	マーケティング基礎						
		専攻	必修	4			マーケティング基礎Ⅰ	マーケティング基礎Ⅱ				
		専攻	選択	4			基礎総合科目	アントレプレナーシップ・サービスデザイン				
		専攻	選択	4				マーケティング基礎 基礎マーケティング				
	経営分析学系	基礎	必修	4	データ分析入門	経営分析						
		専攻	必修	0								
		専攻	選択	10			経営分析学入門 高度データ分析実践		人間データ分析 高度データ分析	経営分析学特論		
全学共通 NGL 教養スタンダード科目	専攻	必修	14	キャリアデザインⅠ 基礎総合科目 基礎総合科目Ⅱ 基礎総合科目Ⅲ 基礎総合科目Ⅳ	キャリアデザインⅡ 基礎総合科目Ⅱ 基礎総合科目Ⅲ							
	専攻	必修	20	キャリアデザインⅡ Ⅰ(英語) 文芸入門	キャリアデザインⅡ キャリアデザインⅢ キャリアデザインⅣ Ⅰ(英語) 選択	キャリアデザインⅡ Ⅰ(英語) 基礎特論	キャリアデザインⅡ Ⅰ(英語) 基礎特論					
自由選択			10							(基礎総合科目) (リーダーシップ論) (基礎総合科目) (スタートアップ実践) (基礎総合科目)		
履修 目標 数	専門科目		必修	42	10	8	0	8	4(総論、総論での履修科目数)		4(総論、総論での履修科目数)	
	専攻		必修	3(専攻 以上)	0	4	8	2	0	0	0	2
	専攻		選択	0	0	0	4	0	14	10	0	0
	NGL 教養スタンダード		必修	14	10	4	0	0	0	0	0	0
	専攻		必修	20	4	8	4	4	0	0	0	0
	自由選択		必修	10*						(10)		
	総計**			124	24	24	22	20	10	12	2	4
CAP (履修目標上限)				24	24	24	24	24	24	24	24	

※1 専門科目は10単位以上、履修科目は総論、マーケティング、経営分析学系の各分野からそれぞれ10単位計の単位を達成し14単位以上
 ※2 自由選択科目は、NGL 教養スタンダード科目及び専門科目の内、卒業単位達成を越えるもの
 ※3 専門科目は、NGL 教養スタンダード科目から、卒業単位を越える履修科目を()内に表示する
 ※4 ()内の数字は、1が併記してあるものは単位、4は履修科目で単位、その他は専門科目で単位
 自由選択は、自由選択科目、NGL 教養スタンダード科目及び専門科目のうち卒業単位達成を越えるもの

経営学部データ経営学科の教育課程の履修モデル【経営コンサルタント育成志向】

科目群	分野	区分	必修/選択	単位数	1年次		2年次		3年次		4年次	
					前期	後期	前期	後期	前期	後期	前期	後期
経営学部データ経営学科 専門科目	ビジネス価値創造	基礎	必修	2	ビジネス価値創造概論							
		専門	必修	18		ビジネス価値創造学習	ビジネス価値創造演習Ⅰ	ビジネス価値創造演習Ⅱ 論文作成指導	ビジネス価値創造実践Ⅰ④		ビジネス価値創造実践Ⅱ④	
												卒業論文
	経営	基礎	必修	6	経営学概論 簿記・会計学概論	経済学・経済政策						
		基幹	必修	4			経営管理論	経営組織論				
			選択	10		企業論 簿記A	金融基礎論 経営法務 簿記B					
	マーケティング	発展	選択	22			工業簿記 コンテンツビジネス論 課題解決演習	サービスマネジメント 管理会計論	中小企業論 財務諸表論 コンピュータ会計	経営戦略論 意思決定論 生産管理論 財務諸表分析		
		基礎	必修	4	流通概論	マーケティング概論						
		基幹	必修	4			マーケティング論Ⅰ	マーケティング論Ⅱ				
			選択	4				流通システム論				
	経営分析手法	発展	選択	4				マーケティング思考論				
		基礎	必修	4	データ経営入門	情報倫理						
		基幹	選択	0								
	発展		選択	10			経営データ分析基礎	経営データ分析	人事データ分析 経営分析手法	企業・会計データ分析		
	全学共通 教養スタンダード科目	必修	必修	14	キリスト教概説Ⅰ 基礎セミナー 情報処理リテラシー 日本語表現 基礎英語①② 英会話①②	キリスト教概説Ⅱ 基礎英語2① 英会話2①②						
選択			20	キャリアデザインⅠa 【教養】文化人類学	発展セミナー キャリアデザインⅠb データサイエンスリテラシー 【教養】哲学	キャリアデザイン2a 【教養】統計学	キャリアデザイン2b 【教養】心理学					
自由選択				10					(経営戦略論) (意思決定論) (生産管理論) (財務諸表分析) (企業・会計データ分析)			
単 位 数 計	専門科目	必修	42	10	8	6	8	4(前期、後期で2単位ずつ按分)		4(前期、後期で2単位ずつ按分)		
		基幹 発展	選択	38単位 以上※1	0	4	6	2	0	0	0	2
			発展	0	0	8	8	8	10	0	0	0
	NGU教養スタンダード	必修	14	10	4	0	0	0	0	0	0	
		選択	20	4	8	4	4	0	0	0	0	
	自由選択	選択	10※2						(10)			
総計※3				124	24	24	24	22	12	12	4	
CAP(履修単位上限)					24	24	24	24	24	24	24	

※1 基幹科目は10単位以上、発展科目は経営、マーケティング、経営分析手法の各分野からそれぞれ4単位計12単位をきむ18単位以上
 ※2 自由選択科目、NGU教養スタンダード科目及び専門科目の内、卒業兼単位数を超えるもの
 専門科目、NGU教養スタンダード科目から、卒業要件を超える単位数を()内に表示する
 ※3 科目名の後ろに、①が付してあるものは1単位、④は通年科目で4単位、その他は半期科目で2単位
 自由選択は、自由選択科目、NGU教養スタンダード科目及び専門科目のうち卒業要件単位数を超えるもの

経営学部データ経営学科の教育課程の履修モデル【事業・商品企画開発担当者育成志向】

科目群	分野	区分	必修/選択	単位数	1年次		2年次		3年次		4年次		
					前期	後期	前期	後期	前期	後期	前期	後期	
経営学部データ経営学科 専門科目	ビジネス価値創造	基礎	必修	2	ビジネス価値創造概論								
		演習	必修	18		ビジネス価値創造演習	ビジネス価値創造演習Ⅰ	ビジネス価値創造演習Ⅱ 論文作成指導	ビジネス価値創造実践Ⅰ④		ビジネス価値創造実践Ⅱ④		
		専門									卒業論文		
	経営	基礎	必修	6	経営学概論 簿記・会計学概論	経済学・経済政策							
		基幹	必修	4			経営管理論	経営組織論					
			選択	6		企業論	ブランドマネジメント	イノベーションマネジメント					
		発展	選択	6				サービスマネジメント	サプライチェーンマネジメント 中小企業論	経営戦略論			
		マーケティング	基礎	必修	4	流通概論	マーケティング概論						
	基幹		必修	4			マーケティング論Ⅰ	マーケティング論Ⅱ					
			選択	12			マーケティング戦略演習 消費者行動論 ロジスティクス	流通システム論 プロダクトプランニング マーケティングリサーチ					
	発展		選択	18				国際マーケティング論	リレーションシップマーケティング マーチャンドライジング論 マーケティングインジェニヤーズ マーケティング思考論	マーケティングコミュニケーション インターネットマーケティング データドリブンマーケティング			
	経営分析手法	基礎	必修	4	データ経営入門	情報倫理							
		基幹	選択	4			情報社会論						
		発展	選択	4			経営統計学入門 経営データ分析基礎	経営統計学					
	全学共通 NGU 教養スタンダード科目	必修	14	キリスト教概説Ⅰ 基礎セミナー 情報処理リテラシー 日本語表現 基礎英語Ⅰ① 英会話Ⅰ①	キリスト教概説Ⅱ 基礎英語②① 英会話②①								
				選択	18	キャリアデザインⅠa 【教養】社会学	キャリアデザインⅠb 【教養】法学 【教養】統計学 【教養】心理学 【教養】文化人類学	キャリアデザインⅡa	キャリアデザインⅡb				
	自由選択				10					(中小企業論)	(経営戦略論) (マーケティングコミュニケーション) (インターネットマーケティング) (データドリブンマーケティング)		
	単 位 数 集 計	専門科目	必修	42	10	8	6	8	4 (前期、後期で2単位ずつ按分)		4 (前期、後期で2単位ずつ按分)		
基幹			選択	38単位以上※3	0	2	10	8	0	0	0	2	
発展					0	0	4	6	12	8	0	0	
NGU教養スタンダード		必修	14	10	4	0	0	0	0	0	0	0	
		選択	20	4	10	4	2	0	0	0	0	0	
自由選択		選択	10※2					(2)	(8)				
合計※3			124	24	24	24	24	12	10	2	4		
CAP (履修単位上限)				24	24	24	24	24	24	24	24		

※1 基幹科目は10単位以上、発展科目は経営、マーケティング、経営分析手法の各分野からそれぞれ4単位計12単位を含む18単位以上

※2 自由選択科目、NGU教養スタンダード科目及び専門科目の内、卒業単位数を超えるもの

※3 専門科目、NGU教養スタンダード科目から、卒業要件を超える単位数を()内に表示する

※4 科目名の後ろに、①が付してあるものは1単位、④は通年科目で4単位、その他は半期科目で2単位
自由選択は、自由選択科目、NGU教養スタンダード科目及び専門科目のうち卒業要件単位数を超えるもの

経営学部データ経営学科の教育課程の履修モデル【データ活用リーダー育成志向】

科目群	分野	区分	必修/選択	単位数	1年次		2年次		3年次		4年次	
					前期	後期	前期	後期	前期	後期	前期	後期
					前期		後期		前期		後期	
経営学部 専門科目	ビジネス価値創造	基礎	必修	2	ビジネス価値創造概論							
		演習	必修	18		ビジネス価値創造学習	ビジネス価値創造演習Ⅰ	ビジネス価値創造演習Ⅱ 論文作成指導	ビジネス価値創造実践Ⅰ④		ビジネス価値創造実践Ⅱ④	
											卒業論文	
	経営	基礎	必修	6	経営学概論 簿記・会計学概論		経済学・経済政策					
		基幹	必修	4			経営管理論	経営組織論				
			選択									
	マーケティング	発展	選択	10			コンテンツビジネス論 課題解決演習	サービスマネジメント	サプライチェーンマネジメント	意思決定論		
		基礎	必修	4	流通概論		マーケティング概論					
		基幹	必修	4			マーケティング論Ⅰ	マーケティング論Ⅱ				
			選択	2			ロジスティクス					
	経営分析手法	発展	選択	6				プロモーション演習	デジタルプロダクトプランニング	インターネットマーケティング		
		基礎	必修	4	データ経営入門		情報倫理					
		基幹	選択	10		eビジネス概論 経営のための基礎数学	eコマース概論 情報社会論	経営のためのプログラミング				
	全学共通 教養スタンダード科目	必修	14	キリスト教概説Ⅰ 基礎セミナー 情報処理リテラシー 日本語表現 基礎英語Ⅰ① 英会話Ⅰ①		キリスト教概説Ⅱ 基礎英語Ⅱ① 英会話Ⅱ①						
		選択	20	キャリアデザインⅠa 情報英語Ⅰ スポーツ初級a		キャリアデザインⅠb 情報英語Ⅱ 【教養】法学 【教養】心理学 スポーツ初級b		キャリアデザインⅡa 【教養】社会学	キャリアデザインⅡb 【教養】環境学			
自由選択				10					(意思決定論 インターネットマーケティング) (企業・会計データ分析) (意思決定分析) (経営オペレーションズリサーチ)			
単 位 数 集 計	専門科目	必修	42	10	8	6	8	4(前期、後期で2単位ずつ按分)		4(前期、後期で2単位ずつ按分)		
		基幹	38単位 以上※3	0	4	6	2	0	0	0	2	
		発展		0	0	8	8	10	10	0	0	
	NGI教養スタンダード	必修	14	10	4	0	0	0	0	0	0	
		選択	20	4	4	4	4	0	0	0	0	
	自由選択	選択	10※2						(10)			
	総計※3			124	24	24	24	22	12	12	2	4
CAP(履修単位上限)				24	24	24	24	24	24	24	24	

※1 基幹科目は10単位以上、発展科目は経営、マーケティング、経営分析手法の各分野からそれぞれ4単位計12単位を含む18単位以上
 ※2 自由選択科目、NGI教養スタンダード科目及び専門科目の内、卒業兼単位数を超えるもの
 専門科目、NGI教養スタンダード科目から、卒業要件を超える単位数を()内に表示する
 ※3 科目名の後ろに、①が付してあるものは1単位、④は通年科目で4単位、その他は半期科目で2単位
 自由選択は、自由選択科目、NGI教養スタンダード科目及び専門科目のうち卒業要件単位数を超えるもの

学びの領域

経営学部では、「経営」「マーケティング」「経営分析手法」の3分野の学びを確実なものとするため、1・2年次では基幹となる科目の基礎を学び、安心して専門科目への学びを進めます。戦略的な意思決定ができる「実践力が高い人材」、データや先端情報技術を活用できる「デジタル人材」「DX人材」への成長を目指します。

ビジネス価値創造



経営

経営者が合理的な意思決定を行うために必要とされる知識と能力を学びます。特に、経営学を体系的に学べるように、「経営管理と経営組織」、「経営戦略とマーケティング」「会計と財務」の科目をバランスよく構成しています。「経営とは意思決定である」との考えを基本に、合理的な意思決定ができる人材を養成します。



マーケティング

企業で通用する実践的なマーケティング力を培います。時代の変化を認識し、顧客にとって価値ある製品・サービスを提供するための情報収集や分析方法、顧客ニーズを基にした製品・サービスの考え方、さらにその魅力を伝達し、顧客に届けるまでの一連のプロセスを基礎から応用、理論から実践まで幅広く段階的に学びます。



経営分析手法

企業が持つ情報の活用について学びます。データに基づいた意思決定を行うために、企業データに関する知識、統計やデータ処理、分析手法の知識、さらに分析ツールを活用するスキルを修得。ITや情報を活用して企業経営の現状を把握し、データの分析と得られた結果から主体的に判断して課題解決ができる人材を養成します。