

経営・マーケティング・
経営分析手法の
基礎を築く

1年次

“これからの経営”の
基幹となる知識・能力を
修得する

2年次

経営・マーケティング・
経営分析手法の高度な
知識と実践のスキルを養う

3年次

卒業論文を通して
学位授与にふさわ
しい学士力を磨く

4年次

NGU教養スタンダード科目

専門科目	基礎科目	▶ビジネス価値創造概論/経営学概論/データ経営入門/マーケティング概論/流通概論/経済学・経済政策/簿記・会計学概論/情報倫理			
	基幹科目	▶企業論/簿記A/eビジネス概論/経営のための基礎数学	▶経営管理論/経営組織論/金融基礎論/経営法務/簿記B/消費者行動論/イノベーション・マネジメント/ブランドマネジメント/マーケティング論I・II/マーケティング戦略演習/プロダクトプランニング/マーケティングリサーチ/ロジスティクス/流通システム論/リテールマーケティング/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		
	発展科目	経営	▶サービスマネジメント/工業簿記/管理会計論/コンテンツビジネス論/課題解決演習	▶経営史/経営戦略論/生産管理論/中小企業論/リーダーシップ論/意思決定論/国際経営/アントレプレナーシップ/スタートアップ実践/財務諸表論/財務諸表分析/コンピュータ会計/サプライチェーンマネジメント	
		マーケティング	▶マーケティング思考論/ソーシャルマーケティング/国際マーケティング/プロモーション演習/リテールマーケティング演習A・B		▶リレーションシップマーケティング/プロダクトディベロップメント/マーケティングコミュニケーション/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/マーチャндаイジング論/マーケティングインテリジェンス/データドリブンマーケティング
		経営分析手法	▶経営統計学入門/経営統計学/経営データ分析基礎/経営データ分析		▶経営データマイニング/人事データ分析/企業・会計データ分析/経営分析手法/意思決定分析/経営オペレーションズリサーチ
専門演習科目	▶ビジネス価値創造学習	▶ビジネス価値創造演習I・II/論文作成指導	▶ビジネス価値創造実践I	▶ビジネス価値創造実践II/卒業論文	
科目 自由 選択	異文化理解科目	▶海外事情1~4			

※内容やカリキュラムは変更となる場合があります。

カリキュラムで身につく力

消費者行動論

ニーズ、買い物行動、購買意思決定、態度・知覚・感情などの消費者行動を、心理的な側面、社会の変化を踏まえて検討し、マーケティングのターゲットとなる顧客の本質を理解します。

主な身につく力



コンテンツビジネス論

従来の出版、音楽、映画、放送などの流通の仕組み、既存のビジネスモデル構築から、インターネット技術の普及によるビジネスモデルの変化まで、体系的に理解することを目的とします。

主な身につく力



意思決定論

「経営とは意思決定である」を基本にして、意思決定のメカニズムについて、主要な考え方を学び、人間による意思決定の重要性を理解し、限られた条件でいかに最善の意思決定を行うかを考える。

主な身につく力



経営データマイニング

統計学などのデータ解析の技法を大量なデータに網羅的に適用し、発見的な知識や有用な情報を取得する技術を学び、データを問題解決につなげるスキルを身につけます。

主な身につく力

