

(3) マーケティングコースの履修系統図

科目区分	1年次		2年次		3年次		4年次		単位数
	第1 Semester	第2 Semester	第3 Semester	第4 Semester	第5 Semester	第6 Semester	第7 Semester	第8 Semester	
演習関連	大学演習A	大学演習B	コース選択 演習ⅠA	演習ⅠB	演習ⅡA 卒業研究開始	演習ⅡB	演習ⅢA (必修)	演習ⅢB (必修) 卒業論文提出	16~
学科基礎科目	経済学と経営学に関する基礎科目の学習を通して、専門知識を身につけていく上で必要となる基本的な知識や技能、思考法を修得することができる。	経済学基礎 (必修) 法学基礎	経済学基礎 (必修)						6
学科共通科目	※第1~4 Semesterのあいだに履修することが望ましい: 20単位以上選択必修 【経営学関連】 1年次から 経営学総論Ⅰ→経営学総論Ⅱ ビジネス統計Ⅰ 社会心理学 【経済学関連】 1年次から ミクロ経済学Ⅰ→ミクロ経済学Ⅱ マクロ経済学Ⅰ→マクロ経済学Ⅱ 2年次から 社会経済学Ⅰ→社会経済学Ⅱ		2年次から ○経営組織 ○経営管理Ⅰ→○経営管理Ⅱ ○労務管理Ⅰ→○労務管理Ⅱ 企業論Ⅰ→企業論Ⅱ ○経営情報論 簿記論Ⅰ→簿記論Ⅱ ○マーケティング概論 ○近代経営史 経営と法						22~
コース基本科目	自分の興味・関心、将来の進路希望に合わせて選択されたコース学科において必要となる知識や技能、思考法を修得することができる。		※第3~8 Semesterのあいだに履修: 16単位以上選択必修 【経営学関連】 2年次から 消費者行動論・市場調査論 (3年次から)→マーケティングリサーチ 製品開発論→広告心理論→ホスピタリティ論 流通産業論→流通システム論 経営戦略論 (企業戦略) 経営戦略論 (産業戦略) eビジネス論→eビジネス実践 貿易論 (貿易基礎)→貿易論 (貿易実務) 経営実践Ⅰ→経営実践Ⅱ ビジネス統計学Ⅱ ビジネスプレゼンテーション		【法学関連】 3年次から 消費者法				40~
コース関連科目	コース学科の応用範囲を拡大するために必要となる知識や技能、思考法を修得することができる。		専門教育科目から、70単位以上の修得が卒業にとって必要である。ただし法学部関連の専門教育科目から30単位までこれに含めることができる。		【経営学関連】 ※第5~8 Semesterのあいだに履修 ○現代産業論 ○観光論 ●国際観光論 ●保険論 ●証券論 ●中小企業政策論 ●中小企業経営論 ●国際経営概論		【経済学関連】 ○経済統計学Ⅰ→○経済統計学Ⅱ ●計量経済学Ⅰ→●計量経済学Ⅱ ●産業組織論(独占)→●産業組織論(寡占と競争) 交通概論 経済地理Ⅰ→経済地理Ⅱ ●国際経済学 ●世界経済論 ○地域フィールドスタディ ●日本経済論Ⅰ→●日本経済論Ⅱ ●経済政策論→●経済政策論応用 ○経済学Ⅰ→○経済学Ⅱ ●経済と民法		※太字は体験型学科科目である。 ◎は1年次から、●は2年次から履修可である。
外国語科目	日本語及び外国語能力、コミュニケーション能力を修得することができる。		外国語 (必修) → 外国語 (必修) いずれか1種類の外国語4単位必修						4~
共通教育科目	幅広い教養及び国際感覚を修得することができる。		情報リテラシーA → 情報リテラシーB 文章表現入門 キャリア開発A → キャリア開発B		キャリアデザイン演習A → キャリアデザイン演習B 共通教育科目から、いずれか1種類の外国語		キャリア演習A → キャリア演習B ※4単位を含む40単位以上の修得が卒業にとって必要である。		36~
目標修得単位数	18~24	18~24	18~24	18~24	18~24	18~24	18~24	8~24	124~
推奨資格 目標取得時期			学部推奨資格 ▷ リテラシーマーケティング (販売) 検定3級 ▷ ビジネス会計検定3級	学部推奨資格 ▷ 秘書技能検定2級		▷ ビジネス会計検定2級	学部推奨資格 ▷ リテラシーマーケティング (販売) 検定2級 ▷ 秘書技能検定1級		
学習目標	1年次の学習目標 (学部共通) ▷ 経営・経済学にかんする基礎的知識を修得する。 ▷ 読み書きスキル、ICTスキル、分析しまとめ上げた力、グループワーク、プレゼンテーション力といった汎用的技能を身につけるトレーニングをする。 ▷ 外国語力を伸ばす。 ▷ 興味・関心に応じて、人文、社会、自然等の教養分野の知識を広げる。 ▷ キャリアにかんする意識を持つ。 ▷ 自分の興味・関心、将来の進路希望に適したコース、演習を選択するために、コース、演習内容について理解する。		2年次の学習目標 (学部共通) ▷ 経営・経済学にかんする専門的知識を拡充させる。 ▷ 実践的・能動的な取り組みを通して、汎用的技能のさらなる向上に努める。さらに、課題を見出す力をつける。 ▷ キャリアにかんする意識を高める。 2年次の学習目標 (マーケティングコース) ▷ コース学科の基礎となる経済学・経営学・社会学・統計学・心理学の分野の一般知識を広く学ぶ。 ▷ 実践科目で社会デビューし、自分と社会との繋がりを考えるとともに、人々の心理と行動を体験から学ぶ。		3年次の学習目標 (学部共通) ▷ 卒業研究を意図した専攻分野の決定と研究に必要な情報を獲得する。 ▷ 実践的・能動的な取り組みをさらに重ねて、課題解決力を高める。 ▷ キャリアにかんする意識を具体化した行動する。 ▷ インターンシップに取り組む。 3年次の学習目標 (マーケティングコース) ▷ 市場調査、商品企画・開発、生産、流通、消費、販売促進、物流に至るまでの専門分野を体系的に学ぶ。 ▷ インターンシップの就業体験から、人間心理と行動を学ぶとともに、実務で求められる専門知識やスキルを知り、進路実現に向けて準備をする。		4年次の学習目標 (学部共通) ▷ 卒業研究を推進させて、卒業論文を完成させる。 ▷ 社会人としての心構えを修得する。 ▷ 進路に関連する専門知識を拡充する。 4年次の学習目標 (マーケティングコース) ▷ 理想とする進路の実現に全力を尽くす。 ▷ 専門領域を絞り込み、卒業研究として深く研究する。 ▷ あらゆる実務の現場で、マーケティングの知識を実践できるように研鑽を積む。		

環境経済学専攻
(2019年度～2024年度)