

経営・イノベーション コース

経営学に関わる幅広い内容を学び、
新たな価値創造に挑む。

戦略と組織、マーケティング、イノベーション、企業の社会的責任など、経営学に関わる幅広い内容を学修します。また、ビジネスの視点から問題解決にあたり、新たな価値を創造する上で必要となるコミュニケーション能力、課題探求・解決能力を身につけます。進路としては、民間企業（製造業、卸・小売業、サービス業）、官公庁・金融機関等における創業支援・経営支援の業務、起業などがあげられます。

！ 経営・イノベーションコースのポイント

01 身近なものが研究対象

身近な企業の活動や商品を素材としてビジネスの仕組みを学びます。「面白そう!」「なぜ?」「困った。なんとかしたい!」そんなみなさんの思いが研究や将来のキャリアにつながります。

02 実践・現場から学ぶ

企業との共同や現場での調査など、教室を飛び出してアクティブに学びます。経営学の知識をフルに活用しながら、他者と協働して課題解決にあたることで、ビジネスの視点を身につけます。

想定される進路先

- ・民間企業
- ・起業家
- ・金融機関
- ・産業振興部門
- etc.

※ 高等学校教諭1種免許状(商業)

03 正解がない

変化の激しい現代のビジネス環境において、絶対的な「正解」はありません。自ら考え行動することで、単に「教わる」だけでは得られない深い理解と洞察力を身につけることができます。

ゼミナール紹介。ゼミの魅力や雰囲気をご紹介!

【松岡ゼミナール】 松岡 久美准教授



「ひと」と「組織」を知り、よりよいマネジメントのあり方を探求する

私の研究室では、よりよい組織マネジメントのあり方について、理論や実例、調査研究を通して探求しています。例えば、本日のテーマは「組織文化」。組織文化を共有することのメリットとデメリットを検討中(上記写真)。こうした通常のゼミ活動に加え、学内外での合同ゼミナール報告会に参加し、「経営学」を共通項とする多彩なゼミの学生たちと日ごろの研究成果について議論することで、専門分野に対する一層の理解を深めています。

【趙ゼミナール】 趙 命来准教授



マーケティングをテーマに、自ら探求できる力を養う

ゼミでは、マーケティングの現場で起きている出来事を、マーケティングや流通という研究の世界で言われていること(理論)と照らし合わせながら理解する力をつけることを目標としています。より視野を広げ、毎年実施される海外市場調査では、日本および現地企業に直接インタビュー調査を行い、国内と海外のマーケティング・マネジメントの違いを探求します。さらに海外の大学生との交流会などを通じて異なる文化価値観を理解する力を養います。

【大杉ゼミナール】 大杉 奉代准教授



知識を深め、見識を高めて成長していこう!

研究室の専門は中小企業経営論や経営戦略論です。ゼミ活動では、文献の輪読やケーススタディ、フィールドワークを兼ねた合宿、合同ゼミなどを行いながら、戦略的思考を鍛えています。3年前期は、専門的な文献を輪読することで知識と問題意識を深めていきます。3年生の後期からは、卒業論文を書くための準備を行います。4年生は、3年生と合同でゼミを行い、質問や意見を交わし合いながら卒業論文を完成させます。

