

経営学部

ディプロマ・ポリシー(学位授与方針)

経営学部は、次に定める資質を身につけた者に、学士の学位を授与します。

1. 企業などの組織が直面する問題を体験的かつ協働的に学び、
学修した理論や知見をビジネスの場面で活かすための力を身につける
2. 経営学および関連領域の基幹理論を学び、
企業などの組織に関する現代的な問題を捉える検証力を身につける
3. 企業などの組織の問題を解決するために必要な専門的知識や理論を学び、
組織の発展や改善に活かすことができる力を身につける

カリキュラム・ポリシー(教育課程の編成・実施方針)

経営学部では、次に示す方針に従い、教育課程を編成します。

<主体的研究科目群>

1. 主体的研究科目群では、少人数による実践的な学習活動を主体的に行う。
専門教育で得た知識や理論を具体的な問題に対して適用したり応用したりする活動を通して、経営学および関連学問領域の理解を体験的に深める。
ただし、入門演習は、こうした活動を行うための導入科目であり、プレゼンテーションやディスカッションの基礎スキルを具体的な課題を通して身につける。

<学部共通科目群>

1. 学部共通科目群では、経営学および関連学問領域の基幹的理論の修得を行う。
特に、「経営学への招待I」と「経営学への招待 II」は、経営学・マーケティング・会計学・法学・心理学・経営情報学に関する入門的な内容を扱う。

<専攻科目群>

専攻科目群では、経営学および関連学問領域の主だった理論や、それらの修得に必要な知識や手法に関して学ぶ。

必要に応じて主体的な学びを取り入れ、経営の現場に必要な知識を体験的に学ぶことも取り入れている。

科目名に「基礎」と付くものは学習順序が指定されており、基礎の履修が終わってから、もう一方の履修を進める必要がある。

初級簿記演習・商業簿記演習・工業簿記演習は、高等学校において全商簿記2級や全経簿記2級の知識を修得した学生が、より早く日商簿記検定3級・2級の修得を目指せるよう、1年次配当とする。

1. 企業のマネジメントやマーケティングの実施に必要な、情報を把握、整理し、鍵となる要因を見出す力を、時には実践的な学びも通じて身につけることができるようにする。そのために、各領域で以下のようなポリシーで科目を配置している。

- ① 経営学領域では、企業をはじめとする組織の運営に必要な、経営資源の最適配分に関する知識を身につけるため、人的資源管理論、経営組織論、生産管理論、財務管理論などを学ぶ。

また、経営戦略論、国際経営論、CSR 経営論などの学習を通じて、競合他社をはじめとする経営環境との関係などに関する知見を習得する。

- ② マーケティング領域では、消費者に商品・サービスを効果的、かつ効率的に届けるためのアイデアとそれを実現するための知識を身につけることをめざし、マーケティング、流通システム、消費者行動などについて学習する。

- ③ 会計学領域では、企業の財務・経理部門を担うことができる知識の習得をめざして、財務諸表論、原価計算、管理会計、監査論などを学ぶ。

また、資格取得も視野に入れ、各種簿記科目を習得する。

2. 公務員試験や宅建士などの資格試験の基礎となる知識を習得することを目的とし、民法(総則・物権・債権)などを学ぶ。

また、実社会で役立つことを目的として税法、会社法、企業法務などを学ぶ。

3. 消費者行動の予測や商品開発などのビジネスの現場で必要とされる、心理学の知識や社会調査などの方法論を学び、それらを応用する力を、ビジネス心理実習での実践的な学びを通じて身につける。

4. 情報処理やプログラミング、経営統計学やオペレーションズ・リサーチなど経営分析に必要な基礎知識を学び、ネットワークやマルチメディア、データ・サイエンスやシステムズ・アプローチなどビジネスの問題解決に必要な方法論について理解を深めていく。

アドミッション・ポリシー(入学者受入れ方針)

経営学部では、目的とする人材を養成するために、以下のような学生の入学を期待しています。

- (1) ビジネスおよびビジネスに関わる内容に関心がある
- (2) 自分の意見や体験を適切な表現で表明できる
- (3) 物事を論理的・数量的に考えることができる
- (4) これまでの活動成果を大学での学びに活かそうとする意欲がある