

## 経営学研究科 経営学専攻 修士課程

### 教育方法と教育の特色ある工夫

本学の各研究科・専攻は、それぞれの教育課程編成・実施の方針（カリキュラム・ポリシー）に基づき、専門領域ごとの特色を活かした教育方法による教育・研究を行っています。そしてその教育方法に特色ある工夫を重ね、教育・研究内容の向上に取り組んでいます。

#### 【教育方法】

本研究科は、教育課程編成・実施の方針（カリキュラム・ポリシー）に基づき、経営学分野の特色を活かした教育方法による教育・研究を行っています。共通基礎科目で経営学の理論的基盤と国際ビジネス環境の理解を修得し、専門科目でビジネスの実務スキルとアントレプレナーシップを養成、研究科目で高度な研究能力を育成する 3 段階の体系的カリキュラムを編成しています。経営戦略論、マーケティング戦略論、企業倫理などの理論科目に加え、ビジネスプランニング戦略論、デジタルマーケティング戦略論、アントレプレナーシップ・インターンシップ論など実践的科目を配置し、理論と実務の両面から経営学を学修できる教育を実施しています。研究指導においては、学生一人ひとりの研究テーマに応じて、経営戦略、ファイナンス、マーケティング、企業法務、企業倫理など多様な専門分野を持つ教員が個別に指導を行い、きめ細やかな教育・研究支援を提供しています。

#### 【教育の特色ある工夫】

本研究科では、教育方法に特色ある工夫を重ね、教育・研究内容の向上に取り組んでいます。マーケティング理論と課題解決手法を統合的に学修できるカリキュラムを構築し、マーケティング力と課題解決能力を一体的に養成しています。金融機関、商社、コンサルティングファームなどでの豊富な実務経験を持つ教員が、現場の生きた事例やケースメソッドを用いた授業を展開し、M&A、コーポレートガバナンス、コンプライアンス経営などの実務的テーマについて深く学ぶ機会を提供しています。企業倫理概論や企業の社会的責任とコンプライアンス経営などの科目を通じて、倫理的な経営判断力と CSR への理解を深める教育を実施し、現代社会における企業の役割と責任について多角的に考察しています。デジタルマーケティング戦略論を配置し、最新のデジタル技術やデータ分析手法をビジネスに応用する力を養成することで、技術革新が加速する現代において変化に即応できる経営人材を育成しています。ベンチャービジネス論やアントレプレナーシップ・インターンシップ論などの科目を通じて、新規事業の創出や起業に必要な知識・スキルを養成し、起業家精神を持った人材を育成しています。