

「モラリスト×エキスパート」を育む。

立正大学

品川 経営学部

はじめまして
わたし
「社長」になります

高校生のための経営学入門

品川キャンパスはアクセス抜群!

大森から新宿まで**20分** / 池袋まで**14分** / 東京まで**19分** どこに行くにも近い!

企業調査や
就職活動にも
便利!

ビジネスを中心とした経営学



- リニア開業予定
- 中小企業 約3,000社
- 商店街 108
- 上場企業 約130社

千葉・埼玉・
神奈川からも
便利!

品川駅まで7分

地方都市からも
便利!

羽田空港まで34分



立正大学経営学部

[品川キャンパス]
〒141-8602 東京都品川区大崎4-2-16

TEL:03-3492-6649(入試センター)

(大学HP)

<http://www.ris.ac.jp>

(経営学部オリジナルHP)



私自身をマネジメント
つまり…わたしが
わたしのための

「経営」

ントする
「私」の社長です！

これから先、大学生、社会人になる私。
どんなふうに成長したらいいの？ どんな人になっていくのかな。
よくわからないし、少し不安。
わたしが普段考えていることを一つずつ解決していくれば、成長できるかな。
もしかして、会社みたいに「経営学」を通してみたら良い方法が見つかるかも。
だから、視点を変えて、「自分の成長」を「会社の経営」をするように考えてみる。
考え方方がわかれば、わたしはきっと成長できる。

～成長の種は、身边にある～

たとえば バスケ部を強くしたい！ ▶▶なら

どんなチームを作るのか？ 戦略経営で理想のチームを作ろう！



生かすカギは“勝ちパターン” → P.04へ ▶

たとえば 文化祭の出し物で人を集めたい！ ▶▶なら

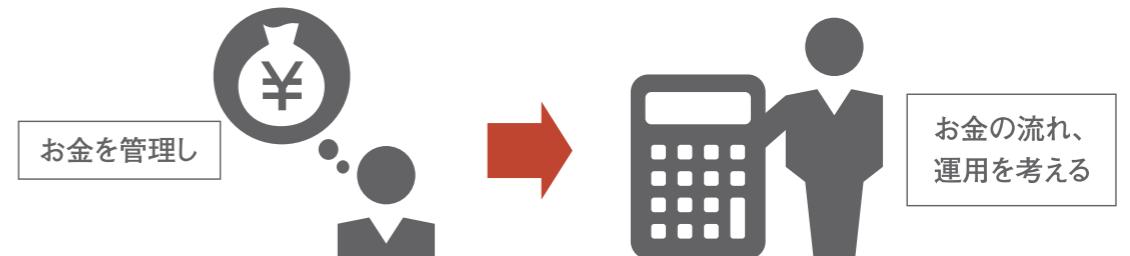
みんなが求める物をリサーチするマーケティングをしよう！



生かすカギは“売れる仕組み” → P.04へ ▶

たとえば お小遣いをもつとうまく使いたい！ ▶▶なら

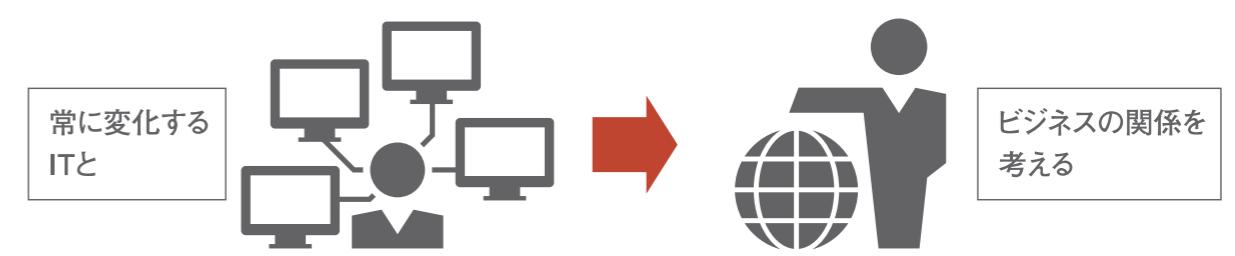
お金の流れを把握して運用する会計を身につけよう！



生かすカギは“数字” → P.05へ ▶

たとえば 理想の旅行プランをたてたい！ ▶▶なら

データの海から宝物を探し出す情報システム学を活用しよう！



生かすカギは“ビッグデータ” → P.05へ ▶

経営学を生かすカギを立正大学経営学 部の先生が伝授!

▶▶ チームを強くしたいなら



POINT | ゴールに向けた“勝ちパターン”を考えよう!

戦略経営

西岡 由美 教授 専門分野:人的資源管理論、組織行動論

戦略経営とは 組織の成長や競争に勝つための、実現プロセスを学ぶ学問

● ゴールを設定し、戦略を練る!

戦略経営の考え方でチームを強くするためには、まず、チームと競争相手の実力を把握した上で、どのようなチームにしたいか目標を設定し、その目標をメンバーで共有することが大切です。たとえば、スター選手がいる強いチームにしたいなら、一番上手い人を中心、他のメンバーがサポートに徹するという戦略を立てます。これはチームの特徴を生かした勝ちパターンにつながります。

● メンバーを育成し、他のチームの情報を収集

勝ちパターンを試合で実践するには、トレーニングが必要です。これは企業でいう人材育成と同じです。さらに、マネージャーによる健康管理や練習場の整備、他チームの情報収集も重要です。このように、目標達成のパターンを考えたり、人材や資源をいかに活用するかを研究する戦略経営の学びは、強いチーム作りに大いに役立ちます。

▶▶ お小遣いをうまく使いたいなら



POINT | お小遣い帳をつけて“数字”を活用・交渉!

会計

嶋津 邦洋 准教授
専門分野:財務会計、監査論、学際的会計研究、国際会計

会計とは 組織を運営するために重要な「お金」の観点を学ぶ学問

● 自分予算を立ててみる!

会計の根本は「数字」です。数字を分解したり組み合わせることで、管理・判断を行やすくするのです。たとえば、お小遣いの使い方を、用途別、曜日別、時間別に分けてみます。そうすると、いつ何にどのくらい使っているか、傾向が見えてきます。それをもとに、今後何にいくら使うかを、予算を立てることで、うまく使えるようになります。

● お小遣いを増やす方法?

予算内でお金を使いこなすのは「簿記」の領域ですが、会計では、企業のお小遣い帳を株主や銀行に公開して、目的達成のために足りない金額を説明し、お金を調達することも行います。保護者の方にお小遣い帳を見せて、やりたいことのためにはお金が足りないことを数字で説得すれば、もしかしたらお小遣いを上げてもらえるかも……?

▶▶ たくさん人を集めたいなら



POINT | 「欲しい」と思わせる“売れる仕組み”を使う!

マーケティング

本柳 亭 講師 専門分野:消費空間、消費空間の研究

マーケティングとは 「売れる仕組み」をつくる方法とプロセスを学ぶ学問

● 赤いパッケージで印象的に!

文化祭でコーヒーを売るとします。紙コップを赤色にしてみましょう。赤いパッケージは、見る人の印象に残り、目立ちます。歩きながら飲んでもらえれば「あの赤いパッケージの飲み物はなんだろう?」と興味を持ってもらえ、宣伝にもなり、お店に人が集まってくれるでしょう。

● 人はつい「真ん中」を選んでしまう!

また、価格設定は3つにしましょう。人は選択肢が3つあると、真ん中を選ぶ傾向にあります。「300円」「400円」という2つの価格では300円を選んだお客様も、「300円」「400円」「500円」という3つの価格だと、真ん中の400円を選ぶ傾向が高くなり、1人が使う金額を100円上げることができます。

▶▶ 理想の旅行プランをたてたいなら



POINT | “ビッグデータ”の中から本当に知りたいことを発見しよう!

情報システム学

山本 仁志 教授
専門分野:評議システム、社会モダリング

情報システム学とは 変化する「経営」と「IT」の向かう先を考える学問

● あなたに似た人は何を好きなんだろう

インターネット上には人々の多種多様な行動の記録が溢れています。ビッグデータと呼ばれるこのようなデータの中にはあなたに似た好み・行動の人たちのデータも必ずあるはずです。自分と同じ嗜好を持った人が気に入ったコースはきっとあなたにぴったりの発見をもたらしてくれるでしょう。一見無機質なデータの集まりから生きた情報を探すことができます。

● ビッグデータを活用して情報社会に新たな価値を提供しよう!

検索サイトやSNSが世界的に価値のある企業になっているのは、単にツールとして面白いだけではなく、大量のデータからその人にぴったりの情報を拾い出して提供することで、さらに多くの利用者やデータが集まるからです。そうしてデータの価値がますます高まります。それを可能にする情報技術とビジネスの関係を理解することが情報システム学です。

実践で学ぶ経営学部のゼミナール

経営学部には、専門分野に特化した多数のゼミナール（通称ゼミ）があります。ゼミナールでは、講義だけでなく実践を通して、生きた経営学を学べます。

経営学部のゼミの特徴

- 少人数 でじっくり研究できる
- 多彩な 約20のゼミから専門分野を選べる
- 理論とさまざまな実学（実践）で**生きた経営学**を学べる
- 社会で必要な「**共創力**（共に創る力）」を育む

そもそもゼミって？

ゼミとは、少人数の学生が、興味のある専門分野について教員の指導を受けながら調査・研究し、発表や討論などを行う学びの場です。経営学部は、それぞれの分野のプロである教員による多彩なゼミが魅力です。

どうやって選ぶの？

1年次で、経営学の主な4つの分野「戦略経営」「マーケティング」「会計」「情報システム学」の基礎を学び、2年次から、その中で興味を持った専門分野についてゼミで研究していきます。ゼミ選択前の1年次の終わりには、「ゼミナール大会」（P. 7参照）で全てのゼミのプレゼンテーションを見ることができます。

どう学んでいくの？

主に、「座学」「フィールドワーク」「プレゼン」「合宿」「インゼミ」「個人研究」で学んでいきます。2~3年次にゼミで専門分野を研究し、4年次には卒業論文を執筆します。

ゼミだけじゃない！

フジテレビと共同開講の特別講座 「メディアリテラシー」

株式会社フジテレビジョンのスタッフの指導を受けながら、学生が自ら取材VTR制作を行い、情報番組を作成。企画立案から作業計画、実行するプロセスをとおして、行動力や情報活用能力を身につけます。



フジテレビ
スタジオ収録
します！

経営者の声を聞ける特別講義 「経営総合特論」

経営者や有名企業のさまざまな部署のマネジャーを講師に招き、企業経営の生の声をきくリアルな授業を展開しています。これまでに、オリエンタルランドやカゴメ、野村証券などから講師をお招きしています。



経営者の声を聞ける貴重な機会。

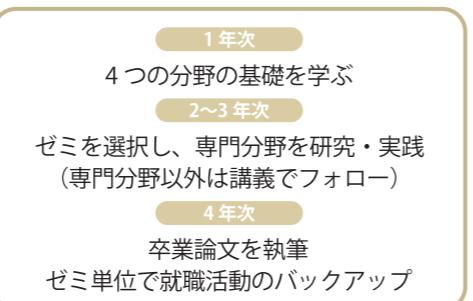
質疑応答などのコミュニケーションも。



少人数でチームを作り、専門テーマを研究。



浦和レッズの経営術を見学するなど、学外での学びも。



2~3年次	座学	研究テーマを実践・応用するために、授業形式で研究についての知識を深める。
4年次	フィールドワーク	企業や団体、工場などへ見学、インタビューに行き、調査する。
	プレゼン	ゼミナール発表大会や他大学、海外大学などで研究成果を発表する。
	合宿	研究テーマに合った地域へ行き、泊まりがけで企業訪問、調査内容のまとめを行う。
	インゼミ (インターゼミナール)	他大学と一緒に研究発表を行い、活発なディスカッションやプレゼンを行う。
	個人研究	グループ研究の経験を生かし、個人で1つのテーマを研究計画を立てて研究していく。
	卒業論文	4年次には、これまでの集大成として研究テーマを卒業論文にまとめ発表する。

产学連携

▶ P.08



海外展開

▶ P.10



資格取得

▶ P.15



地域連携

▶ P.12



大学間交流

▶ P.13



次のページより
ゼミの詳細へ

多彩な活動で磨いた研究を ゼミナール大会で発表！

毎年12月に、各ゼミが年間の活動成果を1~2~3年生の前でプレゼンテーションし、質疑応答やディスカッションを行う学部全体のプレゼン大会。互いに切磋琢磨し、プレゼン力も身につく白熱のイベントです。



产学連携



熊本で開催された「大学生によるプレゼン大会 in 熊本 くまモンのNEXT STAGEとは?」にて発表を行いました。



(上)くまモンとの記念撮影!
(下)わかりやすく伝えるために、スライド作成能力も磨きます。



旅行会社H.I.S.との企画開発では、H.I.S.の事業開発室長や社員の方の前でプレゼンを行いました。



(上)常用缶詰は店頭販売や、ブログ、Twitter、FacebookなどSNSを活用した商品の宣伝も行いました。

(下)商品には学生のパッケージデザインが採用されました。

case 1

新規ビジネス立案や、自治体への事業提案

マーケティング系のゼミでは、企業や官公庁に新製品やサービス、事業の提案を行っています。これまでに、大手印刷会社のマーケティング・リサーチ部門と共同で、スマホ向けフリマアプリやさまざまな企業への企業アプリの企画提案を行ったほか、シニア向け新規ビジネスの立案なども行いました。

また、地方自治体に向けては、熊本県のご当地キャラ「くまモン」の今後のビジネス展開について企画し、現地にて熊本県職員の方々の前でプレゼンをする機会を得ました。

Merit
メリット

- 社会でのリアルな企画提案を経験
- 企業や官公庁を知る機会に
- 企画提案の経験値が向上

case 2

リサーチから商品開発、店舗販売までマーケティング実践

マーケティングは、市場の調査から商品開発、広告・宣伝、販売なども含みます。旅行会社H.I.S.とのプロジェクトでは、消費者アンケートや企業への聞き取り調査などのリサーチを行い、「ITを使った新しい旅行販売の形」を企画・提案しました。

また大丸東京店とのプロジェクトでは、商品開発案として学生が提案した非常時用缶詰が実際に商品化されました。そして、大丸東京店での店頭販売や、テレビ・新聞からの取材対応も学生が行いました。

Merit
メリット

- 身近な企業との企画・開発ができる
- “マーケティング”を実体験
- グループワークでチーム力UP

木村ゼミ

頭と心と体で学べば、社会をより身近に感じられます

本ゼミでは、「問題を発見し、解決する力」の向上を目指しています。企業や地方の現場を自分の目で見て、自分で感じた問題に解決案を見出し、プレゼンテーションする経験は、経験値をぐっと向上してくれます。企業や官公庁へのプレゼンでは自分の考えた企画をプロの方々の前で提案しますから、学生たちは緊張しますし、評価が低ければ激しく落ち込みます。しかし、頭も体も心も使って一生懸命に取り組むことで、経験値は格段に上がります。また、社会を身近に感じられ、自分の将来もイメージしやすくなり、就職活動にも大いに役立ちます。



木村 浩 教授
専門分野:マーケティング戦略、マーケティング・サイエンス、データベースマーケティング

浦野ゼミ

“理論”的学びを“実学”で身につける

本ゼミでは、産学連携を通して、理論と実務を融合させながら、マーケティング戦略を学び実践していきます。知識や情報をインプットすると共に、学んだ知識を活用するアウトプットの機会を持つことで、学びをさらに深めることができます。ゼミでのこうした活動の中で、マーケターとして必要な情報収集力や分析力、企画力、論理構築力、プレゼン力などのスキルを修得できます。また、学生からは、仲間と議論したりぶつかり合うことで、チームで作り上げるコミュニケーション力・組織力も身についたという声を聞きます。



浦野 寛子 教授
専門分野:消費者行動、マーケティング戦略、観光マーケティング

学生
Interview

产学連携でより真剣な学びに

木村ゼミ (写真左から順に)
秋山 幸輝さん (私立秀明英光高等学校出身)
佐藤 美希さん (埼玉県立朝霞高等学校出身)
神原 理紗子さん (千葉県立船橋芝山高等学校出身)

大手印刷会社との産学連携では、企業への提案ということでより真剣さをもって活動することができたと思います。他大学も参加したプレゼンでは、躍動感のあるドラマのような表現方法で発表しているゼミもあり、刺激を受けるとともに、大変参考になりました。また、ゼミでのグループ長や書記などの役職を通じて、組織で働く大変さも勉強になりました。



マーケティングをホスピタリティに生かしていきたい

リゾートトラスト株式会社 ホテリエ勤務
小林彩奈さん
2013年度卒業／浦野ゼミ出身

私は現在リゾートホテルで働いています。在学中、ゼミでは、消費者心理をふまえ、それをどうマーケティング戦略に生かしていくか、企業との産学連携による実践も通じて学びました。将来は、マネジメントに携わり、各施設のホテルや会社に貢献し、お客様が余暇を楽しむサポートを全力で行っていくことで、お客様に満足・感動していただければと考えています。

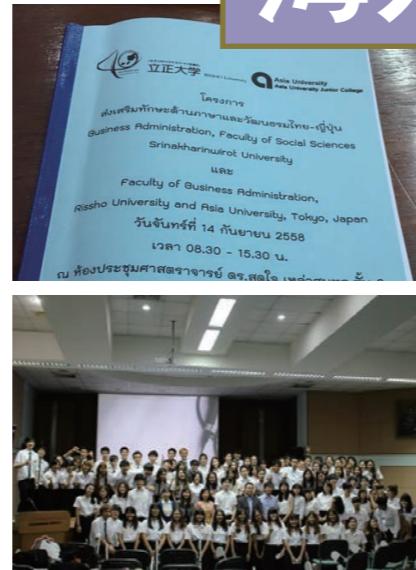


こうして
身につけた
私の強み
マーケティング → ホスピタリティ
産学連携プロジェクトで修得したマーケティングのスキルや知識をホテルのお客様のホスピタリティで役立てます。

海外 展開



2014年に行った海外研修では、ベトナム・ホーチミン市の貿易大学で研究発表を行いました。



(上)(下)2015年はタイ・バンコクの大学と合同研究発表会や国際文化交流を行いました。



インターンシップでは、フィリピン人スタッフと一緒に、翻訳やコールセンター業務を行いました。



(上)休日はセブ島のリゾートも満喫します。
(下)インターン先の(株)ガリバーのセブ島オフィスにて。

case 1

海外の大学での研究発表を通して 視野が大きく広がる

3年次に、海外の大学での研究発表を行い、現地の先生や学生とディスカッションをします。英語でのコミュニケーションによって、相手の思いや意思を理解する能力だけでなく、自分の考えや意思を相手に伝わるように説明する能力といった、職業生活に必要な能力の必要性を再認識してもらうことが狙いです。これまでに、台湾の長庚大学、ベトナムの貿易大学ホーチミン市校等を訪問し、今後は相互交流も視野に入れています。

Merit
メリット

- 視野が広がり、将来の選択肢が増える
- 「伝える力」「理解する力」が身につく
- 異文化を理解する

case 2

海外インターンシップの経験を通して 価値観が変わる=将来の可能性が広がる

世の中はすでにグローバル化しています。4年後、就職をすると日本企業であっても外国人と一緒に働く機会は普通になります。こうした環境に対応できるよう、ゼミでは海外インターンシップや海外研修の機会を設けています。例えば、セブ島に進出している日系ベンチャー企業のガリバー・オフィショア・アウトソーシング株式会社で2ヶ月間、実際の業務を行ったり、企画やプロジェクトを進めるなどのインターンシップを実施。同時に、ネイティブの英語教師からマンツーマンで英会話も学びます。これらの経験を通して、自身の将来の可能性が広がります。

Merit
メリット

- 海外のビジネスを体感できる
- 外国人とのコミュニケーション力が向上する
- グローバルな価値観を養う

高橋ゼミ

多くの経験が将来の可能性を広げる



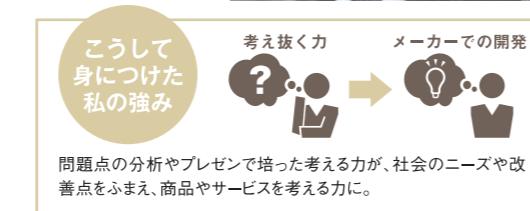
高橋 俊一 准教授
専門分野:国際経営論、経営戦略論、
異文化マネジメント、ナレッジマネジメント

ゼミ生には、ゼミ活動を通じて、ゼミ生同士だけでなく、国内外の大学、企業や学会など、色々な場所で色々な人と接してもらっています。「外」で多くの人と出会い、経験を積むことは、就職だけでなく、生き方の選択肢を広げることになると考えるからです。こうした経験は、学生時代にしかできませんし、大学生だからこそ積むべきだと考えています。グローバル時代に生きる現代の学生には、自分の将来の選択肢を増やすための機会をこれからもできるだけ多く提供したいと考えています。

OG
Interview

ゼミで身につけた「考え方」を 役立てていきたい

未来工業株式会社 営業部勤務
幸田 有加さん
2013年度卒業／高橋ゼミ出身



ゼミでは、主に海外進出している企業について研究し、その成果は台湾の大学で英語でプレゼンすることで形になりました。ゼミ活動を通して広がった視野と「考え方」を生かし、現職では新製品や業務簡略化の提案をしていきたいと考えています。今後は、私の会社のスローガンである「常に考える」を軸に、世の中に埋まっているニーズや改善点を常に考え、社会や会社に貢献していきたいです。

藤井ゼミ

グループ研究、ゼミ活動を通じて成長する



藤井 博義 准教授
専門分野:管理会計、
原価計算、学際的会計研究

学生の自主性と協調性を軸として、ゼミ生自身が問題意識をもち研究テーマを設定して研究を行います。これらのプロセスを通して知識だけでなく、課題を発見する能力、課題を解決するための視点を磨き、他者と議論して結論を導く能力を身につけ、成長してもらいます。企業インタビューや工場見学などゼミの様々な活動はゼミ長を中心にしてゼミ生が主体で企画運営しています。ゼミ生が成長できる「場」を提供するのが教員の役割だという認識のもと、吉田ゼミとともに、海外インターンシップも実施しています。

※インターンシップとは?…学生が専攻や進路などに関連した企業などで、実際の業務を体験すること。※海外インターンは毎年開催されるとは限りません。

学生
Interview

海外に対する壁がなくなった

藤井ゼミ (写真左から順に)
藤村 和弥さん (岩手県立花北青雲高等学校出身)
山城 夏美さん (私立沖縄尚学高等学校出身)
奥田 五郎さん (千葉県立幕張総合高等学校出身)

ゼミでは、2年生、3年生がチームを作り研究する合同ゼミを行っていますが、学年を超えて意見を言い合えるなど、成長を感じています。また、海外インターンシップでの2ヶ月間にわたる生活・仕事を通じて、外国人とコミュニケーションをとることで壁がなくなり、外国の価値観や文化などを知ることで視野も広まりました。将来は日本だけでなく、海外でも活躍したいと思います。



地域連携



大船ルミネで開催された「うまいもん大学」に参加、多くの方にお買い求めいただきました。

(上)学園祭にて「町おこしサワー」の販売とティスティング調査を行いました。

(下)フィールドワークの一環として、沖縄の伝統工芸品商社でヒアリング調査を行いました。

地元企業や商店街とコラボ 商品開発や観光で町おこし

吉田ゼミが大船ルミネで開催された「うまいもん大学」に参加し、鎌倉野菜を使ったパウンドケーキ、クッキーの商品開発、情報発信・販売や、有名洋菓子店とタイアップして鎌倉産の旬なフルーツをふんだんに使ったタルトを販売しました。

また大学のある大崎・品川エリアには多くの企業や商店が存在するので、この立地を利用し、近隣地域と連携した学びを行い、例えば飲料メーカーの博水社やキリンビール等とは、地元限定の若者向けカクテル「町おこしサワー」の開発に取り組みました。

Merit メリット

- 身近な産業とコラボできる
- リアリティのある学習
- 地域の現状や問題を学べる

吉田ゼミ

徹底したフィールドワークで問題提起、解決

吉田ゼミでは、フィールドワークを中心に、中小企業や観光業、商店街などの戦略経営を学んでいきます。企業などの現状を知ることで、学生は実際に課題に触れ、リアリティのある問題意識を持ちます。この問題意識は学生の関心や視野を広げるとともに、地に足の付いた現実的な解決策を考えさせます。自ら感じた問題意識に裏付けられた研究テーマが見つかれば、それを紐解くツールとして、経営学の理論も自然と好奇心の対象になると思います。

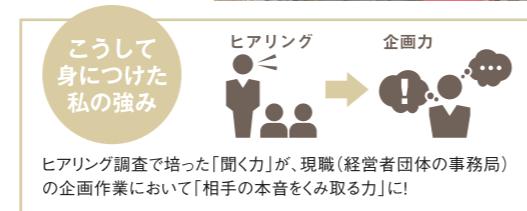


吉田 健太郎 教授
専門分野：中小企業論、起業論、
地域開発論

OG Interview

フィールドでの調査が 経営者のニーズに応える仕事に役立った

千葉県中小企業家同友会 事務局勤務
高橋 陽香さん
2012年度卒業生／吉田ゼミ出身



吉田ゼミでは、地域開発研究の実践として、商店街において子ども向けイベントの企画・運営などを行いました。住民や商店街・NPOの方々へのヒアリング調査を通じて、「相手の思いを知る」重要性を実感。現職の企画作業や課題発見に役立っています。また、現在は求人担当もしていますが、私がゼミ活動を通じて得られたように、学生さんがさまざまな職業観を持った社会人と意見交流できる場を作っていてたらと考えています。

大学間交流



「日本の経営研究会」での松村ゼミ発表の様子。質疑応答では鋭い質問にも自分の理論で回答する力が求められます。



(上)松村ゼミの研究テーマのひとつであるテーマパークでのフィールドワーク。

(下)研究会に向けてゼミ生で協力して作成したプレゼン資料。

討論やプレゼンを通して 論理的思考力がアップ

大学間発表の場では、他大学と研究についての交流を深めることができます。「合同ディベート大会」では、大学混合チームで労働問題や企業の人事管理などをテーマに白熱したディベートを実施。「合同ゼミ」では、異なる研究領域のゼミが発表し合い意見交換を行うことで、新たな意見や考え方を発見しました。「インナーハウス」では、関東近郊にある大学の約180ゼミが対抗するプレゼンテーションに参加することで、多くのゼミと交流できます。

Merit メリット

- 他大学と競争・交流できる
- 競争により切磋琢磨される
- 活躍・交流の場が広がる

松村ゼミ

持てる力をフルに使いチーム一丸で真剣発表



松村 洋平 教授
専門分野：経営組織論、経営戦略論、
企業文化論

学生 Interview

自分の意見を理論的に 主張できるようになった

松村ゼミ（写真左から順に）
村野 美咲さん（東京都立小川高等学校出身）
林 直樹さん（私立神奈川大学附属高等学校出身）

3年次には「日本の経営研究会」に向けての調査・研究を行いました。文献や資料を読み込み、インタビュー調査を実施して、論文を執筆しました。例年、研究会ではレベルの高い、活発な質疑応答が行われるので、ゼミ生一丸となって入念に発表と質問への準備をしました。当日、自分たちの意見をきちんと主張することができ、また、質問にもしっかりと回答することができ、達成感と充実感を得ることができました。



理論研究



ゼミ生同士で討論を交わし、論理的に考えるための訓練を繰り返し行います。



(上)慶應義塾大学との合同ゼミナーの様子。
(下)大学時代に身についた知識は、人生における財産になります。

▶ 理論を用いて論理的に他者を説得する力を身につける

諸理論を理解し、それらを用いた分析を行うことで、問題解決の際に必要な論理的思考能力を養うことができます。また、学内外のインゼミ(合同ゼミナール)における発表、ディベート、論文執筆といったゼミ活動を通して、プレゼンテーション能力や文章力を高めるための訓練を行います。論理的思考能力を基礎としたプレゼンテーション能力や文章力は、企業経営において必要とされるだけでなく、日常生活のさまざまな場面でも幅広く役立ちます。

Merit メリット

- 論理的に考える力が身につく
- 論文執筆で文章力が高まる
- インゼミやディベートでプレゼンテーション能力が高まる

永野ゼミ

漠然とした問題の解決の糸口を見出す力になる

企業や社会には「なぜこのようなことが起きるのか」「なぜ改善しないのか」という問題が数多くあります。永野ゼミにおける理論研究の学びは、それらの問題に対する解決策を見出す力を養います。ゼミ生は、自分たちが関心のある戦略的・組織的な問題を、理論を用いて論理的に解明していきます。例えば、あるグループの研究では、出版業界での雑誌の売り上げ低下という問題を扱いました。そして、オープンイノベーション(自社だけでなく企業外部の技術やアイデアを取り入れ、革新的なビジネスを生み出すこと)の重要性に着目し、具体的な解決策を考えました。



永野 寛子 教授
専門分野: 戦略論、組織論、
経営学説史

学生 Interview

討論の積み重ねで発表が得意に

永野ゼミ(写真左から順に)
相沢 優斗さん(千葉県立柏の葉高等学校出身)
成塚 南美さん(私立浦和学院高等学校出身)
小川 瑞葵さん(東京都立目黒高等学校出身)



ゼミの発表では、徹底的に討論したり、理論にスキがあれば先生に容赦なく指摘されたりします。こうした日々の訓練の積み重ねで、インゼミでの他大学からの質問に対しても論理的に考えて答えることができました。自信をもって相手に説明することの繰り返しで、人前でも抵抗なく発言・発表できる力がつきました。

資格取得



城ゼミでは短期間で効率的に資格を取得できるよう、知識やノウハウを教えるため、授業形式で行われます。



▶ 日商簿記2級をはじめ検定テクニックを学べる

経営学部では、パソコンの技能や会計に必須の簿記など、経営の実務に不可欠なスキルの習得にも力を入れています。簿記とは、わかりやすいといえば家計簿やお小遣い帳の企業版。企業も家庭と同様に日々の活動を記録し、ビジネスの成績表を作成します。この記帳技術が簿記です。日商簿記2級を取得するためのゼミでは、授業形式で資格取得をめざします。

Merit メリット

- 日商簿記2級を取得できる
- 社会で役立つスキル
- 税理士、公認会計士へのステップに

城ゼミ

資格は技術力の名刺がわり



資格は一生もので、いつかどこかで必ず役に立つアクセサリーです。日商簿記2級は企業が応募者に求める資格の1位という調査データもあり、会社の経理・財務においては必須アイテムです。また、税理士や公認会計士へのステップとなります。

城 冬彦 教授
専門分野: 簿記論、簿記原理、工業簿記

MOS

習得できるアプリケーション

■MOS/ Excel



POINT

一人1台、ノートPCを4年間自由に使える!

パソコンの技能や簿記の実務的なスキルを身につけるため、経営学部では一人に1台ノートパソコンを配付しています。卒業まで自由に使えるので、学生たちは授業だけでなく、フィールドワークや卒論執筆など、幅広く利用しています。



榎戸 智也 教授
専門分野: 分散システム、
グループ通信プロトコル、データベース