

経営学部マーケティング学科 履修モデル

未来のマーケットを切り拓く

(サービス・IT・流通など成長分野を開拓する力を磨く)

卒業要件単位：124単位

科目の種類		1年次		2年次		3年次		4年次		モデル 単位計	卒業要件 単位計	
		科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位			
青山 スタン ダード 科目	教養コア科目	必修	キリスト教概論 I	2						2	26	
	技能コア科目	必修	(第二外国語) I (A)-1	1								8
			(第二外国語) I (A)-2	1								
			(第二外国語) I (B)-1	1								
			(第二外国語) I (B)-2	1								
			健康・スポーツ演習	2								
情報スキル I	2											
テーマ別科目	必修					キリスト教概論 II	2			2		
教養コア科目	必修 修択		自己理解(総合科目)	2						4		
			歴史と人間(個別科目)	2						4		
領域指定科目	必修 修択					国際関係概論A	2			4		
						ライフサイエンス	2			2		
選択科目	選 択		フレッシュヤーズ・セミナー	2				世界の諸宗教	2		6	
			キャリアデザイン・セミナー	2								
外国語科目	必修		英語集中A	1	英語集中C	1				8	8	
			英語集中B	1	英語集中D	1						
			英語総合A	1	英語総合C	1						
			英語総合B	1	英語総合D	1						
基礎 科目	A群 専門基礎科目	必修	マーケティング・ベーシックス I	2	マーケティング論 I	2				8	8	
			マーケティング・ベーシックス II	2	マーケティング論 II	2						
専 門 科 目	B群 共通専門科目	準 必 修  選 択 必 修	アカウントティング基礎 I	2						34	16	
			アカウントティング基礎 II	2								
			ミクロ経済学基礎 I	2								
				経営学基礎論A	2	流通論 I・II	2・2	リスクマネジメント論 I・II	2・2			
				ファイナンス入門	2	ファイナンス I・II	2・2	コーポレート・ファイナンス I・II	2・2			
						企業情報戦略 I・II	2・2					
					国際文化理解 I・II	2・2						
C群 グローバルビジネス科目	必修 修択		Global Communication I・II	2・2	コミュニケーション特論 I・II	2・2	国際マーケティング Market and Business Environment	2 2		12	10	
D群 経営学科専門科目	必修 修択				サプライチェーンと意思決定法A・B	2・2	サプライチェーン・マネジメントA・B 事業創造戦略論 顧客創造戦略論 ヘルスケア経営論	2・2 2 2 2		14		
E群 マーケティング学科専門科目	選 択 必 修		統計学A・B	2・2	統計調査論 I・II	2・2	経営演習 I (1)・(2) 関係性マーケティング ソーシャルマーケティング マクロ・マーケティングA Macromarketing B マーケティング・ワークショップA~E 流通情報システム論A・B 流通政策A・B サービスマーケティング 消費者行動論 マーケティング・リサーチ	2・2 2 2 2 10 2・2 2・2 2 2 2	経営演習 II (1)・(2) ※3年次科目は演習を除き3・4年 で履修できる科目を表示 (各2)	4・4	52	16
F群 経営学関連 B~E群より		選 択										
自由選択科目		選 択	専門科目(B~F群)および青山スタンダード科目からそれぞれの分野における要件単位を超えて修得した科目・他学部専門科目									16
単位数計(自由選択以外)			44	40	70					154	124	

※専門科目の各モデル単位計が卒業要件単位を超えている場合、超過分は専門科目の選択科目の単位として扱う。  
 選択科目の卒業要件単位も超えている単位は、自由選択科目の単位として扱う。  
 ※自由選択科目の卒業要件単位を超過した場合、卒業要件外単位となる。