

●モデル名： マーケティングとビジネスデザインを学ぶ履修モデル								
商品開発、マーケティング、サプライチェーンマネジメントに関する知識を体系的に学び、小売・流通業界における事業の革新や新規ビジネスの創出、企業の商品開発やマーケティング戦略のプロデュースに携わることを目指す人たちを想定した履修モデルです。市場のニーズを分析し、魅力的な商品を企画・開発する力、効果的な販売戦略を立案する力、そして商品の供給プロセスを最適化する力を身につけることで、企業の成長を支えるだけでなく、みずから起業し新しいビジネスモデルを生み出すことも視野に入れた学びを提供します。								
[将来の進路] 商品開発マネジャー、マーケティングマネジャー、サプライチェーンマネジャー、事業開発マネジャー、エンタープライズソリューションアーキテクト、スタートアップ創業者(商品開発、マーケティング戦略、サプライチェーンの構築を担当)、商品戦略コンサルタント								

※モデルに記載のある科目のうち、赤字は必修科目

<学部共通科目>

学年	1		2		3		4	
セメスタ	1	2	3	4	5	6	7	8
大学基盤	考える力 商学基礎	基礎ゼミ A	基礎ゼミ B	アカデミック・ライティング				
実効型実践	情報リテラシー1 初級簿記 1 初級簿記 2	情報リテラシー2	ライフキャリア概論		ワークキャリア開発 研究指導 A ライフキャリア開発 B1	研究指導 B ユニバーサルデザイン	研究指導 C	研究指導 D
総合コミュ	1科目選択	2科目選択(4)	2科目選択(4)	1科目選択				
総合教養	経済学入門 法律とコンプライアンス	民法総論 心と身体 A	ミクロ経済学 商取引法	デザインと商学 マクロ経済学 会社法 1	デザイン思考	会社法 2		

<学科専門科目>

学年	1		2		3		4	
セメスタ	1	2	3	4	5	6	7	8
専門基盤	ビジネスと AI 情報社会の倫理	商業・流通入門 マーケティング概論 会計学入門 データサイエンス入門	経営学概論					
深化発展			流通サービス論 マーケティング戦略論	横浜企業家研究 経営管理論 経営戦略論 マーケティングリサーチ	経営組織論 サービス・マーケティング論 商品開発論 消費者行動論	中小企業経営論 人的資源管理論 グローバル・マーケティング ロジスティクス論 ブランド・マネジメント	他に関心のある科目3科目	他に関心のある科目3科目