

●モデル名： 「マーケティングデータサイエンス」								
マーケティング分野では消費者の行動や市場調査や情報収集、解析に情報技術が使われることが多くなっている。本モデルでは、マーケティング分野でデータサイエンスを活用するための技術や知識について学んでいくこととなる。特に、マーケティング分野の知識とデータサイエンスを行う上で必要な数学や情報技術について重点的に履修していくことになる。								
[将来の進路] 小売業、IT 企業、大学院進学等								

※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	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			
総合コミュ	English Com.1 または 中国語 Com.1	English Com.2 または 中国語 Com.2	English Com.3 または 中国語 Com.3	English Com.4 または 中国語 Com.4				
総合教養	経済学入門 データと数学 A(数学基礎) データと数学 B(統計学)	論理と思考 D						

<スポーツマネジメントコース 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	情報社会の倫理 ビジネスと AI	経営学概論 データサイエンス入門 情報セキュリティ プログラミング基礎 コンピュータ基礎	データ構造とアルゴリズム ビジネスデータ活用					
深化発展		マーケティング概論	情報数学 データサイエンスとビジネス	消費者行動論 ソーシャルメディアマーケティング マーケティングリサーチ	ゼミナール 1 ビッグデータ解析 デジタルマーケティング	ゼミナール 2 AIアプリケーションの開発	ゼミナール 3	ゼミナール 4