

経営学部誕生



経営が変わる、
サイエンスで。

2017年4月開設

ここがポイント！

経営学部 Q&A

- Q** 岡山理科大学の経営学部では何を学びますか？
A 「マーケティング」と「データサイエンス」を中心に学びます。これからのビジネスには新しい価値の創造が必要で、そのために、この2つがいま最も注目され、必要とされています。文系、理系の区別なく、「いま(これから)」の経営学を学んでいきます。
- Q** マーケティングとは何ですか？
A 顧客のニーズや欲求を満たすために行う企業の取り組みのこと。満足感や幸福感を感じてもらうためですが、顧客ニーズにそのまま対応するだけでなく、ときには、顧客が欲しいと思わせる製品やサービスを提案していくことも重要になっています。

- Q** データサイエンスとは何ですか？
A 購買データやWeb上のデータといったビッグデータをはじめ、データをどう扱うかがこれからのビジネスにとって重要な要素。統計学、データ分析、そのための情報機器操作など、データを分析し、次の行動を起こすために必要な学問がデータサイエンスです。
- Q** 「企業とコラボ」ってどういうことですか？
A 大学と企業・組織が連携(コラボ)した人材教育のこと。3年次の「イノベーションラボ」がそれ。既習の知識と技能を総動員し、企業・組織が実際に抱える課題を担当者と一緒に解決。ビジネス現場そのものの体験であり、マナーやチーム力も習得できます。
- Q** 経営学部を卒業すると何になれるのですか？
A 社会を知り、データを分析し、さまざまなアイデアでビジネスチャンスを開く「本物」の力は、どの企業に就職しても発揮できるはず。一般企業のみならず、コンサルタントなどの専門職、公務員や教員などにも活躍の場があります。

建物だって最先端！ 経営学部はココでマナブ！

2016年3月に完成した最新の設備を備えた A1 号館。
 この6～8階が経営学部のフロア。
 各フロアには、研究室・ゼミ室はもちろん、学生の自立的な学修の場であると同時に学生や教職員相互の交流・コミュニケーションを高めるスペースである「学生コモンズ」、個人学習からグループ学習まで対応可能な、課題解決ラボのための「ラボ室」3部屋（12のグループ学習に対応）も完備。
 その他、学内には約50棟の建物があり、最適な教育・研究環境が提供されています。



学生コモンズ



ラボ室



ラボ室



新学舎「A1号館」
 この6～8階が経営学部
 各分野の研究室(19室)や学生コモンズ(1室)、ラボ室(3室)、ゼミ室(14室)など、充実の教育・研究環境

想定されるおもな進路	<ul style="list-style-type: none"> 金融・保健、製造業、卸売小売業、サービス業、運輸業、電力・ガス会社、商社、航空、旅行、マスコミ、ベンチャー企業 など 国家・地方公務員 ■ 中学校 高等学校教員 ■ 大学院進学 など
取得可能な資格	<ul style="list-style-type: none"> 社会調査士 ■ 情報処理士、ビジネス実務士などの実務士 中学校教諭一種免許状(社会)* ■ 高等学校教諭一種免許状(公民)* ■ 博物館学芸員 ファイナンシャル・プランニング技能士 ■ 日商簿記検定 ■ 統計検定 ■ ITパスポート など

入学金・学費等 (年間納付金)	初年次	120万円(入学金を含む)	入学定員	130名
	2年次以降	114万円		

※教職課程認定申請中：文部科学省における審査の結果、予定している教職課程の開設時期および内容が変更となる可能性があります。

経営学部のホームページはこちら
<http://www.soci.ous.ac.jp/management/>

■お問い合わせ先
岡山理科大学 入試広報部
 〒700-0005 岡山市北区理大町1-1 TEL (086)256-8412
 [URL] <http://www.ous.ac.jp>
 [e-mail] kouhou@ous.ac.jp

受験生ホットライン ☎0800-888-1124
[フリーコール平日 9:00~17:00]

大学HPはこちら
 LINE@ 友だち募集中!



岡山理科大学
 OKAYAMA UNIVERSITY OF SCIENCE

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

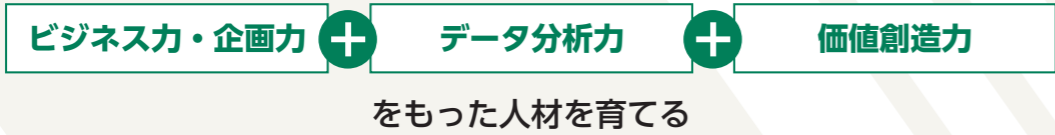


経営学部が始まります

経営学は社会の発展に寄与してきましたが、これからはそれだけで終わりません。
 社会はいま、新しいことを生み出し実行できる人を求めています。そのためには、モノ・コトを進化させるチカラが必要です。
 魅力のある価値を提案するマーケティングと戦略。ビッグデータの中から価値を見出すデータサイエンスと情報活用。
 新たな価値が生まれる背景を探る制度や文化。価値づくりにつながる実践型フィールドワークによる知見。これらの領域を融合させながら科学的に探求します。
 岡山理科大学の経営学部は、企業や地域に新しい価値を創造します。

岡山理科大学が経営学部を作るとこうなる！

「いま＝これから」の**経営**に必要な
 情報を収集・分析して、新しい価値を創造できる



マーケティング + データサイエンスを学び、
 企業とコラボして問題を解決する力を養う。

キーワードは「価値」

そのために、
 3つの専門領域から探究する

顧客へ魅力ある価値を提供する
マーケティングと戦略

ビッグデータから新たな価値を見出す
データサイエンスと情報活用

新たな価値が生まれる背景を探る
制度と文化

製品やサービス自体の価値だけでは差別化は困難です。優れた製品やサービスをつくり、販売するだけでなく、顧客が製品やサービスを使用する現場に注目し、魅力的な価値を提案したり顧客と一緒に価値を創造したりする理論と実践を学び研究します。

ビッグデータによって、ビジネスも市場も社会も大きく変化しています。その変革の中、企業にとってはデータ分析こそが競争優位の源泉となります。ビッグデータ分析の意義と経営目線でデータを収集、分析、活用する方法を実践的に学び研究します。

サービスを提供し、新たなイノベーションを生むには、地域に活力が生まれ、地域社会を発展させる必要があります。地域固有の文化をはじめとするさまざまな文化を享受し、地域の価値を世界に発信するために必要となる分野を学び研究します。

そして、問題解決力を
 「課題解決型ラボ」で養成する

新しい経営を支えるカリキュラム

	1年次	2年次	3年次	4年次
●基礎を押さえ、基礎力をみがく				
基礎科目	基礎(Ⅰ類) 経営学基礎 / 商学基礎 経済学基礎 / 簿記基礎			
基礎(Ⅱ類)	情報科学基礎 データ解析基礎			
基礎(Ⅲ類)	社会学基礎 / 法学基礎 歴史学基礎 / 心理学基礎			

●3つの専門領域で、知識と技能を習得する

専門教育科目	1年次	2年次	3年次	4年次
マーケティングと戦略	マーケティング論 小売マーケティング 企業論 ベンチャービジネス論 ミクロ経済学	マーケティング戦略 / サービスマーケティング サービス経営学 / サービス社会システム 商品開発論 / 消費者行動 マーケティング・コミュニケーション まちづくりと商業 / 経営戦略 経営組織 / ファイナンシャルプランニング ファイナンス戦略 / 簿記原理 / マクロ経済学 アジアの産業と市場 / 国際経済論	国際マーケティング マーケティング・リサーチ 観光ビジネス 人的資源管理 金融サービス 財務諸表論 リスクマネジメント	
データサイエンスと情報活用	情報リテラシー 社会調査入門 社会調査法	データ解析システム / 行動計量学 経営情報 / 経営科学 プログラミング基礎 / 応用プログラミング	データサイエンス演習 経営システム	
制度と文化	社会と制度 市民生活と法 / 公共政策 歴史と文化 地域と伝統 / 世界地誌 / 地理学 日本の歴史	現代のメディア / 社会心理学 国際社会と法 / 経済政策 / 国際政治学 中国の歴史 / 東南アジアの歴史 / 歴史資料解析 民俗学 / アジアの考古学 / 現代論理学	ジャーナリズム論 社会福祉と法 / 環境政策 比較文化論 現代哲学	

●ビジネスプログラムとアクティブラーニングで実践力をつける

実践型プログラム・科目	1年次	2年次	3年次	4年次
英語・ICT・キャリア	実践キャリア学Ⅰ	実践キャリア学Ⅱ ビジネス英会話Ⅰ・Ⅱ	情報活用とビジネスライティングⅠ・Ⅱ	
基礎演習・ラボ演習・専門演習	基礎教養ゼミナール	プロジェクト研究	イノベーション・ラボⅠ・Ⅱ	卒業研究Ⅰ・Ⅱ

●実社会（学んだ力で価値の創造）

さらに経営を極めたい人は大学院へ

学びの集大成：企業とコラボするアクティブラーニング

独自のコーオペ教育®「イノベーション・ラボ」で生きた問題解決力を

課題解決型ラボ

3年次のカリキュラムに配置されている演習授業「イノベーションラボ」は、将来的な「価値づくり」が提案できる人材育成につなげるために、産学官連携のもと実際の企業や組織が抱える課題を個別に提示してもらい、一緒に解決策を提示する「課題解決型学習」です。座学（講義形式教育）と一線を画するものです。最終的には、学生が担当課題について、さまざまな角度から調査をした上で、その企業や組織にふさわしいデザインとコンテンツをもった「ラボ成果報告書」を作成します。



取り組み例 番組制作ラボ
 (課題提供先 岡山シティエフエム)
 株式会社 岡山シティエフエム Radio MOMO



「学生が毎日聴いてくれるラジオ番組を創りたい」という課題を解決する番組制作ラボ。FMラジオの番組など創造的なコンテンツを、一から企画・制作・放送することを目的としたラボです。学生たちは年間を通じて企画を立て、岡山シティエフエム Radio MOMO が協力企業と共同し、コンテンツを制作・発表し、パーソナリティまで担当します。
 担当教員 大塚 亮 准教授 (専門: マーケティング)
 他にも、ヤマザキランチパックプロジェクトや岡山県ブランディングプロジェクトがあります。詳しくはWebで。

イノベーションラボ 主なパートナー (予定) 【経営サポート・資産運用】 【スポーツ・エンターテインメント・メディア】 【サービス・流通・物流】 【地域公共団体】 など、現時点で21社の協力体制ができています。その他多くの企業や団体との提携を予定しています。

※コーオペ教育・・・Cooperative Education (COOP教育)、企業が主導となるインターンシップと異なり、大学と企業が連携して取り組む人材教育のこと。大学の教育カリキュラムの中に企業での経験を位置づけ、大学での学びと企業での体験とをしっかりと連動させる。

新しい経営にアプローチするスタッフ

- 企業戦略研究室**
企業における経営・事業戦略を研究
- 消費者行動研究室**
消費者行動とマーケティングの関係を探索
- マーケティング研究室**
マーケティングと企業システムを研究
- サービス・マーケティング研究室**
サービス業と小売業のマーケティングを研究
- 観光マーケティング研究室**
地域振興から観光に関する問題を解決
- イノベーション研究室**
価値を共創する商品開発を研究
- 会計学研究室**
会計基準と制度の理論と実態を研究
- 経済学研究室**
経済を理論的に分析し、社会の問題を考察
- 国際政治経済学研究室**
政治と経済が国際関係に与える影響を研究
- 経営情報研究室**
データサイエンスでビジネスの問題を解決
- 統計科学研究室**
ビジネスの問題解決にデータ分析をいかす
- 経営統計学研究室**
統計学に基づくデータの解析と活用方法を研究
- 広域データ創造研究室**
多分野の知識とデータからビジネスを創造
- 情報メディア研究室**
各種メディアが社会に与える影響を考える
- 法学研究室**
問題を法的に考え、解釈論と立法論を研究
- 論理・心理学研究室**
人間や組織の心の動きを理解する
- 古代東アジア史研究室**
交流史などから隣国中国・東アジアを理解
- 東南アジア考古学研究室**
東南アジアの歴史と文化に迫る
- 東南アジア民族誌研究室**
民族の生活文化を調べ、諸問題を考察