



明日へと導く
駒澤大学の6つの学び

① 文理融合の学びで、豊かな人間性を育む

■全学共通科目
学部・学科に関係なく、専門分野の枠を超えた知識と一般常識を身に付け、総合的に優れた判断能力と人間性を養う。駒澤大学では、4つの科目群からなる広範な学びを開発。文・理の枠にとらわれないカリキュラムで、充実した知の探究が実践できる。

② 新時代に通用する国際感覚を養う

■グローバル教育
広い視野を持ち、主体的かつアクティブに活動する国際感覚豊かな人材に大きな期待が寄せられている。駒澤大学では、国際感覚を養う学修ができるよう多彩なプログラムを用意し、学生の海外への飛躍を支援している。

③ ワンキャンパスの総合大学ならではの

■横断的な学び
すべての学部が世田谷区の駒沢キャンパスにあり、学部学科の専門教育の枠を超えた知識や人間関係を育むことができる。カリキュラムには他学部履修制度など、分野を横断して学べるものが多くあるのも特徴で、バラエティに富んだ講義は学びの幅を広げる。

④ 学生の学びの意欲に応える

■専門性を高める研究所
駒澤大学には現在9つの研究所および2つのラボラトリが設置され、法学・経理・マスコミなど高度で専門的な研究を行っている。ここでは、授業だけでは得られない深い学びを実感することができる。

⑤ 伝統と革新が融合

■知と情報発信の学術拠点
建学の理念でもある「仏教の教えと禅の精神」に基づく教育・研究を行う大学として、環境整備を拡充させている。学修を支える最新施設の種月館（3号館）のほか、大学と禅の歴史を伝える禅文化歴史博物館、140周年記念事業として2022年に竣工された新図書館にも高度な学修・研究のための資料や本が豊富に取り揃えられている。

⑥ 将来に役立つ講座が目白押し

■豊富な就職・資格講座
将来の夢を実現するための資格取得や、卒業後の進路に向けてのサポートを積極的にしている。就職課程、教員試験対策、公務員試験対策、面接対策、マスコミ講座など多数の支援講座を用意し、一人一人の将来に向けた活動を支援している。
【就職支援講座開講数】464講座

経営学部 市場戦略学科の学びの領域



マーケティング思考に基づく新たな価値の提案



4年間で身に付く力

- データの分析や論理的思考に強くなる。
- 市場戦略の課題を主体的、具体的、定量的に解決する能力を修得できる。
- 企業の経営資源を活用し、市場を創造できるようになる。



かがみよこ
各務洋子学長
米アリゾナ州立大学サンダーバード国際経営大学院修士課程修了。国際基督教大学大学院行政学研究科経営学専攻博士後期課程修了。博士（学術）。米国コンサルティング会社勤務後、駒澤大学講師、助教授、グローバル・メディア・スタディーズ学部長などを経て2021年より現職。

仏教の教えと禅の精神を建学の理念に、2022年には開校140周年を迎え、前身である「学林」から数えると430年もの歴史と伝統を誇る駒澤大学。東京都世田谷区内に3つのキャンパスを構え、中でもメインとなる駒沢キャンパスは渋谷からわずか20分という好立地で、住宅地にありながらも隣接する駒沢オリンピック公園の緑にも囲まれ、非常に恵まれた学修環境が整っています。7学部17学科を擁した総合大学でありながらも、すべての学部の学生が駒沢キャンパスで学生生活を送ることができ、そのワンキャンパスというスタイルが学部学科の垣根を超えた多様な知の交流を可能とし、幅広い価値観や豊かな感受性を身につけることが期待できます。

今回は、「経営学部市場戦略学科」を紹介します。マーケティングの発想で新たな価値を創造する人材を育成する、その魅力に迫ります。

駒澤大学

〒154-8525 東京都世田谷区駒沢1-23-1 入学センター TEL 03-3418-9048 <https://www.komazawa-u.ac.jp/>

7学部17学科が集う屈指の総合大学。市場戦略学科では、現代の企業活動で重要な「消費者の心理と行動」を分析

理論とデータをもとに消費者の心理と行動を分析する経営学部市場戦略学科

コンビニで飲料を買ったり、好きなアーティストのライブに行ったりと、私たちは日々何かしらの購買行動や消費行動を行っています。こうした消費者の行動と心理の原因やメカニズムを明らかにしようとする「消費者行動」という学問分野に注目が集まっています。

持続的な企業活動に不可欠なマーケティングを理解するには、企業視点だけでなく、消費者行動を理解することが重要です。なぜなら、消費者の行動と心理を理解しなければ、いい商品やサービスは生まれません。経営学やマーケティングの理論だけでなく、こうした消費者行動に加え、流通システムやマーケティング・コミュニケーション、サービス・マーケティング、さらにはデータサイエンスなど、幅広いマーケティングの知識を得ることができ、駒澤大学経営学部市場戦略学科です。

とりわけ現代はビッグデータの取得が容易となり、データの科学的な分析や論理的思考の重要性が高まっています。市場戦略学科にはデータサイエンスが専門の教員も多数在籍しており、マーケティング・サイエンスや情報処理基礎・応用など、パソコンを用いたデータ分析実習の科目が充実。現在求められている科学的なスキルを修得することができます。

とらえる目」です。現在、人々の価値観が大きく変化しています。限られた資源をどう利用すべきかや、ジェンダーや人権の問題など、マーケティングにおいてもSDGsの問題は欠かせないテーマとなっています。さまざまな授業においてディスカッションを行うことはもちろん、2年次から始まる演習（ゼミ）では、学生間でマーケティングと社会問題について議論をしたり、グループや個人で研究を行ったりすることで、時代をとらえる目を養うことができます。

「市場分析コース」では、商品やサービスの企画立案に必要な情報の分析や供給システムの設計・管理について学びます。将来、企業において市場調査や企画の分析、調達・生産・販売・流通の管理といった仕事に就きたい人に適したコースです。「現代産業・起業コース」では、現代の各種産業における経営の要点、企業と企業者に関する基礎理論、起業に関する基礎知識などを学ぶことで、現代にふさわしい経営者としての能力を養成します。

2つ目は「ロジカル・シンキングの力」です。さまざまなデータをもとに仮説を立て、その仮説をデータによって確認していくという仮説検証のプロセスを学ぶことは物事をロジカルに考える訓練になります。データ分析や演習などの授業で科学的分析の手法を学びながら、ロジカル・シンキングの考え方を高めることができます。

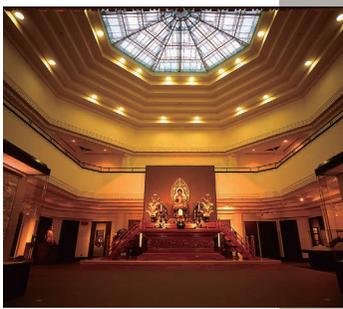
「市場戦略学科」でこうした専門的な学びを通して身に付く力は、大きく2つあります。1つは「時代をな視点と豊かな技術力を兼ね備えた人材への社会的ニーズが高まっており、大学に対しても、文系的な知識と体系的な知識をバランスよく兼ね備えた人材を育成する「文理融合教育」が求められています。すでに、2022年度からは全学で「データサイエンス・AI教育プログラム」を導入。修了者にはレベルに応じた修了証と、知識・スキル・経験に関する国際的なデジタル証明である「オープンバッジ」が授与され、就職活動など対外的にもアピールできるようになりました。

より履修し学ぶことができます。いずれも魅力ある科目群から構成される「教養ゼミ」では学部・学科のゼミとは別に、教養としてのゼミも学ぶことができるなど、思考のための引き出しを増やして、キャリアを豊かにすることができ、

駒澤大学では、仏教、文、経済、法、経営、医療健康科、グローバル・メディア・スタディーズの7学部17学科、約1万4000人の学生がワンキャンパスで学んでいます。学部や学科など、専門教育の枠を超えた人間関係を育むことができ、分野を横断して学べるのが魅力となっています（左欄「明日へと導く駒澤大学の6つの学び」を参照）。大学の多様化も進めており、外国籍教員や留学生と接することで異なる視点や学び、多様性などでの合意形成の難しさなど実社会で生じる経験を積むことができます。

「駒澤大学の学生は真面目で素直。気づきがあるととても伸びる。4年間で多様な経験をし、好きなことや夢中になれるのを見つけてほしいですね」と各務洋子学長は語ります。グローバル化やIT化が急速に進展する現代社会においては、多角的分野の科目の中から、学生の希望に

「駒澤大学は、都会のキャンパスでありながら、禅文化歴史博物館や坐禅堂を配し、静かで厳かな空気が流れています。長い歴史と文化を感じさせてくれる本学の学生生活は、皆さんの心のよりどころとなるでしょう。個性溢れる仲間と集い、地球市民として活躍する人材に育ってもらいたいですね」と各務学長は受験生にメッセージを送っています。



禅文化歴史博物館