

【国際マーケティング学科】

分類		第1年次		第2年次		第3・4年次			
		I	II	III	IV	V・VII	VI・VIII		
マーケティング	コア	<p>現代マーケティングの体系をなすマーケティング・マネジメント(STP+4P)と戦略的マーケティングの論理を学び、企業のマーケティング課題を発見・分析・解決する能力を養う。</p>		<p>マーケティング入門④ CM-MK1-03XL</p>		<p>消費者行動論④ CM-MK2-12XL</p> <p>マーケティング・リサーチ④ CM-MK2-13XL</p> <p>流通論④ CM-MK2-11XL</p>		<p>価格戦略・販売促進④ CM-MK3-17XL</p> <p>商取引とリスクマネジメント④ CM-MK3-16XL</p> <p>マーケティング史② CM-MK3-18XL</p> <p>物的流通論④ CM-MK3-14XL</p> <p>製品・ブランド戦略④ CM-MK3-12XL</p> <p>広告論④ CM-MK3-11XL</p> <p>小売マーケティング論④ CM-MK3-13XL</p>	
	アドバンスト	<p>マーケティングをさらに進化させる4つの方向性(空間の拡大:グローバル、対象の拡大:サービス、志向の拡大:ソーシャル、接点の拡大:デジタル)を学び、今日的課題解決能力を養う。</p>				<p>サービス・マーケティング論④ CM-MK3-23XL</p> <p>ソーシャル・マーケティング論② CM-MK3-25XL</p> <p>グローバル・マーケティング論④ CM-MK3-21XL</p> <p>グローバル流通論② CM-MK3-19XL</p>		<p>デジタル・マーケティング論② CM-MK3-24XL</p>	
国際貿易		<p>企業のグローバル化を踏まえて、国際貿易の理論と実際を関連させながら詳しく学び、自発的・創造的に問題および課題を解決する力を養う。</p>		<p>貿易論④ CM-MK2-21XL</p> <p>グローバル・ビジネス・ライティング CM-MK2-25XL</p>		<p>グローバル・ビジネス実務④ CM-MK3-32XL</p> <p>アメリカ経済論④ CM-NE3-22XL</p> <p>東南アジア経済論④ CM-NE3-23XL</p> <p>ヨーロッパ経済論④ CM-NE3-24XL</p> <p>貿易システム論④ CM-MK3-22XL</p> <p>国際金融論④ CM-FN3-22XL</p> <p>国際経営論④ CM-MN3-14XL</p> <p>中国経済論④ CM-NE3-21XL</p>			
学部間共通科目		<p>AI・データサイエンスと現代社会② UW-AI1-A01L</p>							

※学部間共通科目について