

クールで豊かな
キャリアを歩む

関大商学部 Q&A

「ビジネス」を
学ぶなら
商学部でしょ!



よくいただく質問についてお答えします。



Q 1.

経済学部とはどう違うの?

A 商学部では、企業・消費者の活動に注目して「どんな商品が売れるのか?」「どうやって企業は利益を上げているのか?」といった【ビジネスのしくみ】を具体的かつ実践的に学びます。一方の経済学部では、政府や産業といった社会全体に注目して「なぜ物価が上がるのか?」「景気後退とは何か?」といった【経済のしくみ】を理論的に学びます。

Q 2.

どういった仕事に就ける?

A ビジネスを学んだ学生は就職にも強い!ビジネスの多様な領域を専門的に学んだ卒業生は、業界を問わず大手企業に就職しています。また、公認会計士や税理士などの国家資格を取得して活躍するビジネスの専門家も多数輩出しています。

Q 3.

マーケティング専修への
変更による学生の
メリットは?

A 商品が売れる仕組みや消費者の気持ちを学び、広告・ブランド・市場分析など、ビジネスで活かせる力を幅広く身につけられます。自分の興味や将来の進路にもつなげやすくなります。

業界を問わず
活躍できる人になれそう!



関西大学

商学部

URL https://www.kansai-u.ac.jp/Fc_com/ 〒564-8680 大阪府吹田市山手町3-3-35
Tel. (06) 6368-1121 (大代表)



関西大学
商学部

ビジネスの変化はとまらない。

商学部は、 どう動く?

FACULTY OF BUSINESS AND COMMERCE





商学部はさらに進化する！

将来に役立つ知識を
系統立てて学べる！



ビジネス環境が激しく変化する時代に、自分らしいキャリアを切り拓くために——
2027年4月、商学部が進化します。少人数教育のさらなる充実と、
新たな特別プログラム・専修の変更で、あなたのポテンシャルを最大限に引き出す
商学部がスタートします。

イノベーション戦略特別プログラム (ISSP) がスタート！



現代は、エネルギー・資源・食料の安定確保や、超高齢化・人口減少、地域活力の低下といった深刻な社会課題に直面しています。これからのビジネスリーダーには、知識を蓄えるだけでなく、それをどう「価値(収益)」に変え、イノベーションを起こすかという構想力が求められます。
マネジメント専修を軸に新設される「ISSP」は、知識やデータをビジネスの価値に変換し、社会を動かす人材を育成する特別プログラムです。
プログラムは2年次以降に実施し、修了者にはオープンバッジ(デジタル修了証明書)を授与します。

コンセプト

「価値の効率的な創出」と
「価値の適正な配分」の追求

「技術」「スキル」「データ」「知的財産」といった目に見えない資産を、いかにマネタイズ(収益化)し、持続的なイノベーションにつなげるか。そのプロセスを学術的・実践的に追究します。

学びの特徴

実務家を招いての合同セミナー
など現場の課題に挑む

3年次の専門演習では、コンサルティング、ICT、製造業(メーカー)などの第一線で活躍する実務家を招聘。合同セミナー形式で、実際のビジネス現場のリアルな課題に対し、理論を武器に挑む「真剣勝負」の場が用意されています。

身につくスキル

データに基づいて
解決策を構築する力

「経営データ解析」で課題を浮き彫りにし、「知識マネジメント」で価値創出の最適解を導き出し、「事業システム論」で収益を生む仕組みを構築する。データを武器に、社会に新しい風を吹き込む力を養います。

2026年度からさらに充実した特別プログラム

詳しくは学部案内をCheck! ▶▶▶



マーケティング・サイエンス 特別プログラム (MsAP)



よりマーケティングに特化して理論と実践を重ねる

- 1 データ分析初学者に優しい学習環境
ノンコードの分析ツールで、プログラミングの知識がない学生も、基礎からマーケティングのスキルや考え方を身につけることができます。
- 2 データ × 心理 × テクノロジー
マーケティングには領域を横断した学びが不可欠です。データを読み解く力、消費者の心理を理解する力、戦略を立案・検証する力を育成します。
- 3 企業や研究者との連携プロジェクト
企業もつ様々な実データを元に、ケース分析や課題解決型プロジェクトを実施することで、実社会で生かせる分析力・提案力を養います。

アントレプレナーシップ・リーダー シップ特別プログラム (ELSP)



新たな状況を恐れずチャレンジする力を育む

- 1 理論と実践を融合したカリキュラム
理論と実践のサイクルを繰り返すことで、自らの手で周囲を巻き込みながら社会を改革するマインドセットとスキルを涵養します。
- 2 多様な背景をもつ他者との協働
ビジネス英語に加え、異文化理解を深める多文化共修を通じて、様々なバックグラウンドの人々と一つの目標に向けて協働する力を磨きます。
- 3 より良い社会をデザインする実践的な学び
アントレプレナーをはじめとする実務家による講義や、社会課題解決を目指すプロジェクト型学習、海外ワークショップなど、実践的な学びが盛りだくさんです。

「流通専修」が「マーケティング専修」へと進化！



ビジネスの現場で何が起きているのかを正しく捉え、専門性を深めるために。
商学部は学問領域の「見え方」と「中身」を一致させ、学びの質をさらに向上させます。
長年、商学部の根幹を支えてきた「流通専修」は、
2027年より「マーケティング専修」へと名称を変更します。

サイエンスとしてのマーケティングを学ぶ

マーケティングは「商品を効率的に売るための仕組みを作る活動」を指す言葉です。単なる広告や宣伝活動ではなく、「誰が何を求めているのか」を市場調査で把握し、製品開発、価格設定、流通経路、プロモーションを一貫して行うプロセスを学ぶことで、データに基づく根拠のあるマーケティング戦略を立てる力を養います。

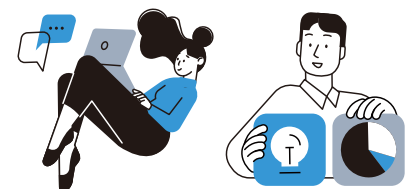


多様な切り口からビジネスを解き明かす

学習領域を「流通・小売」に限定せず、チャネル管理、ブランド戦略、広告・コミュニケーション、サービス、消費者行動、データ分析など、ビジネスの広範な領域を対象に学びます。マーケティング専修という名称は、この多様な学びの実態を正確に反映しています。

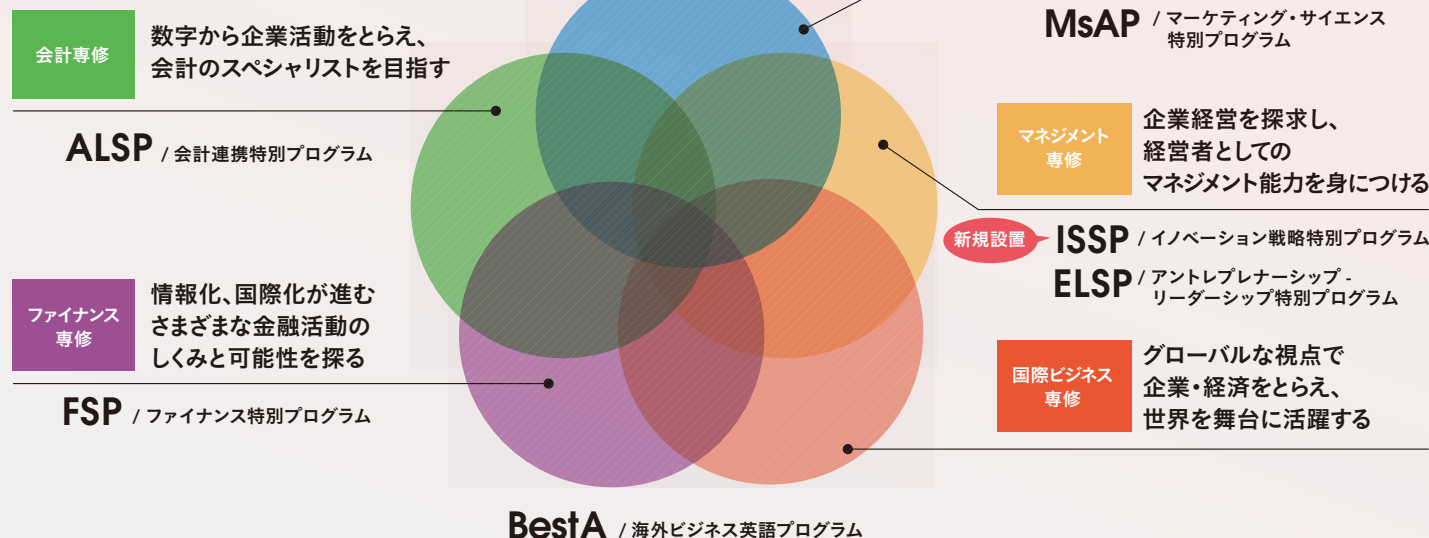
キャリア形成を加速させる

企業活動における「マーケティング」の重要性は高まり続けています。この名称を用いることで、就職活動において自らの専門性をより明確に、力強くアピールすることが可能になります。なお、専修の名称は変わりますが「流通」はマーケティングの中核として引き続き重要視され、学びがさらに体系化されます。



あなたの強みをつくり、キャリアを切り拓くための

5つの専修と6つの特別プログラム



学んだ知識を
実践して
スキルアップ！

