

中央大学商学部

国際マーケティング学科

活躍する！

ワールドワイドに

身につけて

課題解決能力を

✓ キャリアに  
繋がる

実学

✓ 最先端の

マーケティング

2022年4月

始動!  
Start!

# “グローバルな視点で最先端のマーケティングと国際貿易の理論や実務を学ぶ”

2022年4月より、中央大学商学部「商業・貿易学科」は「国際マーケティング学科」へ名称を変更し、新たな視点の教育をスタートさせます。

国際マーケティング学科では「国内外の商品・サービスの取引を科学する」ことを目指し、国際的な視点で最先端のマーケティングと貿易の理論や実務を学ぶことができます。

企業の国際活動を念頭に、マーケティング論、流通論、消費者行動論、貿易論などの専門科目やビジネス実務の講義を通じて、国際社会で必要とされる知識と課題解決能力を身につけることを目指します。

国際マーケティング学科では、「取引」をめぐる諸問題について「**マーケティング系**」と「**国際貿易系**」を2つの柱とした教育を展開します。



国際貿易の理論と実務を学ぶ

企業のグローバル化を踏まえて、国際貿易の理論と実務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能力を育む。  
 さらに、学びの実践として、ゼミでの調査・研究や、海外でのインターンシップに挑戦することも可能。

**学びの実践 01**  
**グローバルキャリア**  
 アジア諸国(タイ、ベトナム、インド、モンゴル等)で実施されるインターンシッププログラム。「海外で働くこと」をリアルに経験すると同時に、非英語圏で英語を用いて現地の人々と協働することで、英語によるコミュニケーションスキルの向上を目指す。2020年度よりオンラインプログラムも開始。

**学びの実践 02**  
**ゼミ見学調査・実態調査**  
 ゼミ活動の一環として学外で行う調査活動。日帰りで実施する見学調査と宿泊型の実態調査があり、実際に現地に足を運んで調査を行うことで研究テーマに関する理解を深める。海外で実態調査を行うゼミもあり、活動費の補助制度も用意されている。

**ゼミ [テーマ例]**  
 現代の流通・マーケティングの戦略性と社会性 / マーケティングの実証研究 / 貿易実務上の諸問題に関する事例研究 / 消費者行動研究とデータ分析によるマーケティング研究 / 消費者心理を起点とするマーケティング研究 / マーケティングと消費者行動

※グローバルキャリアやゼミの活動は国際貿易の分野に限らず実施されます。

## Student Voice 01

**現** 在所属しているゼミでは、マーケティング・リサーチの手法を学びながら、商品企画や企業への施策提案に挑戦しています。商学部ではマーケティングをはじめ、商業に関わる幅広い分野の授業を選択することができるので、自分の興味・関心を深く理解したうえで、商学部での学びや体験を就職活動に活かすことができました。入学前には知らなかった分野に興味を持ち、トレンドや課題発見の最前線に関わりたいと考えようになったのは、大学での深い学びとゼミでの実践活動があったからこそだと感じています。卒業後は、各国の文化や消費者ニーズを的確に分析し企業の海外進出を支援するリサーチャーとして活躍したいです。



私のゼミ遍歴

1年次～4年次までゼミに所属。仲間と切磋琢磨しながら学びを深めました!

学年	履修ゼミ	研究内容
1年次	ベーシック演習	食を通して生産・交易・消費の世界史を考える、をテーマに書籍の輪読やディスカッションを行い、レポートを作成。
2年次	課題演習	大手広告代理店様との共同研究。「若者のクルマ離れ」の原因と、それを解消する商品案をチームで企画し、車内を自分の部屋として利用したくなるサービスを提案。
3～4年次	国際教養演習 演習Ⅰ～Ⅳ	アメリカ合衆国の歴史、文化、社会、日本との関わりについてディスカッションし、学びを深める。 『「他己評価への意識」が、海外製品へのブランドイメージに正の影響を与えるか。』をテーマに卒業論文の執筆を予定。

## Student Voice 02

**授** 業で学んだ内容を実践してみたい!という思いからベトナムの海外インターンシップに参加。現地学生とチームを組み、商品を販売するためのマーケティングプランを企画しました。英語を母国語としない者同士でプロジェクトを進める難しさを経験しながらも、商品プロモーションに成功したときは大きなやりがいを感じました。この経験で得た「現状に満足せず、挑戦的に物事に取り組む姿勢」を活かし、卒業後は海外進出を目指す企業や、すでに進出を果たしている企業をサポートする仕事に携わりたいです。

インターンシップ(ベトナム)とゼミ実態調査(タイ)に参加。現地でリアルに学びを実践しました!

**インターンシップ**  
 現地学生とチームを組んで自分たちの企画をプレゼン(ベトナム)

**実態調査**  
 現地大学の購買を見学して中央大学との違いを観察(タイ)

商業・貿易学科※フレックス・コース4年  
**飯島 史貴** 東京都大学附属高等学校出身  
 ※2022年4月より国際マーケティング学科に名称変更

# Message

「国際マーケティング学科」のコンセプトを一言で言えば、「国内外の取引を科学する」です。メーカー（車、家電、化粧品、食品メーカーその他）から卸・小売（コンビニ、量販店、ネット小売その他）を経て皆さん消費者に製品が流通する国内のマーケティング取引と、メーカーから諸外国へ向けて輸出される国際的な貿易取引について、その仕組みを理論的に科学し、実践的に応用する力を学び、養います。

企業のグローバル化が進み、デジタル化がそれを一層加速させる中、グローバルな視点に立って国内外の取引を統合的に捉えることが、いま企業に求められています。

国際マーケティング学科で学んだ皆さんが、日本企業のマーケティング戦略・国際貿易戦略を革新していかれんことを期待しています。

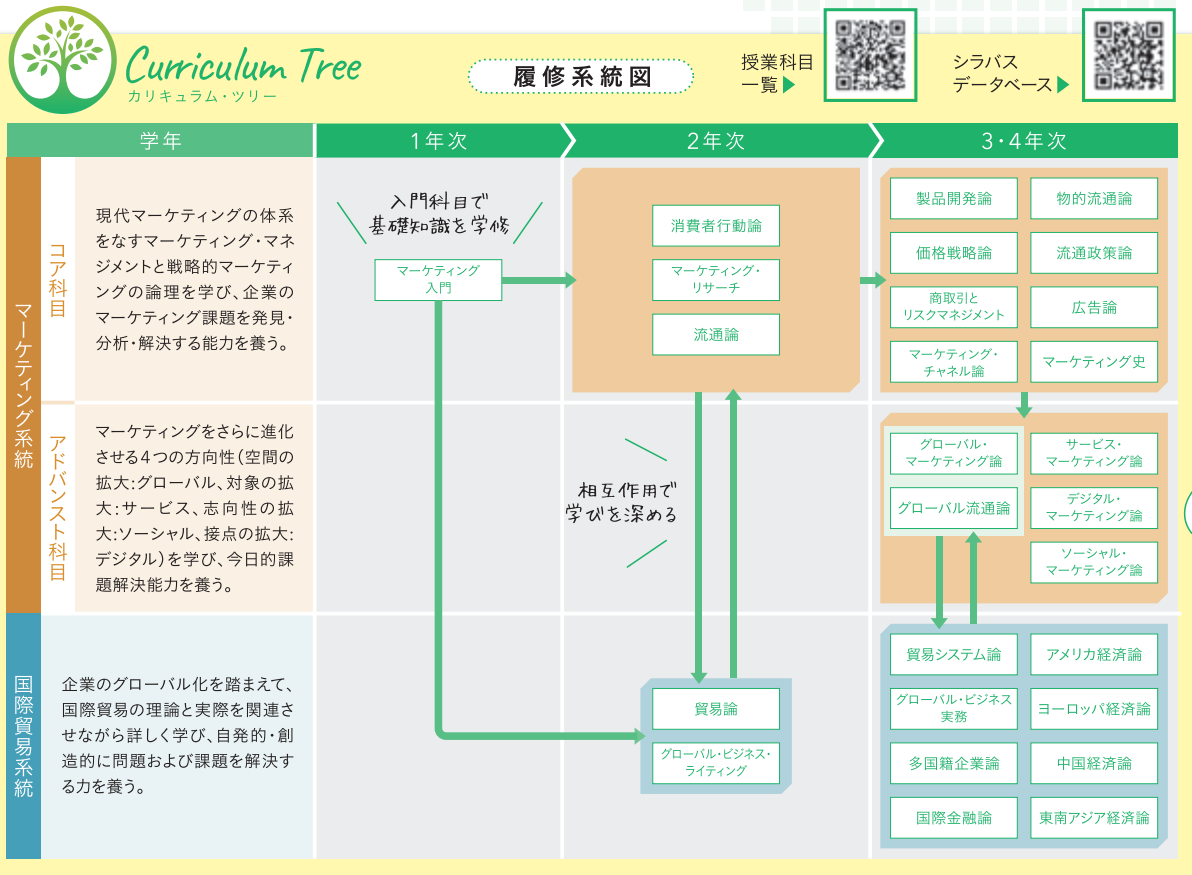


商学部 教授 三浦俊彦

主な担当科目：  
「マーケティング入門」  
演習(ゼミ)テーマ：  
「マーケティングと消費者行動」

## グローバルな知識×実務の学び

国際マーケティング学科のカリキュラムは、マーケティング系統と国際貿易系統の授業から構成されています。グローバルな視点でマーケティングと国際貿易の理論や実務を学び、ワールドワイドに活躍する人材への成長を目指します。



## 卒業後に活躍が期待されるフィールド

- メーカー
- 商社
- 貿易業
- 流通業
- 小売・卸売
- サービス業
- プラットフォーム企業 など

- ▶ **マーケティング**  
マーケティング戦略の立案・実行  
マーケティング調査・データ分析  
ウェブマーケティング など
- ▶ **販売・セールス**  
流通チャンネルの構築  
国際貿易実務 など

- ▶ **商品開発**  
新製品の開発  
ブランドの開発・管理 など
- ▶ **広告**  
マス広告やインターネット広告  
セールスプロモーション企画・制作・運用 など

### 中央大学商学部事務室

TEL:042-674-3519

お問い合わせはこちら



■ 商学部公式WEBサイト



■ 受験生向けWEBサイト

Connect Web  
「国際マーケティング学科紹介ページ」

