

BE



VISIONARY.

北海道

ここで私、新しい自分を
探そう。



「大学で何を学ぼう」

やりたいことが

あるわけじゃない。

なりたいものが

あるわけじゃない。

だけど、

私はここを選んだ。

誰かに

言われたからじゃない。

もっと、

自分に期待するために。

自分でも知らなかった

自分に出会うために。

選んだ理由は、

4年後にわかる。

ここで私、

新しい自分を学ぶ。



経営学とは？

新しいアイデアを生み出す

世の中にあふれているたくさんの商品や製品、サービス、コンテンツ。これらは私たちのように、消費する（買う、使う）立場の人がいる一方で、より画期的で新しいアイデアを作ろうと努力し続けている人たちもいます。企業の成功にはこのような「新しいアイデア」が不可欠です。経営学はこのようなアイデアを、どのように生み出し、その結果生まれたものをどのようにして顧客の手に届けるのかを考える学問だといえます。

リアルな課題に対処する

どのようにして顧客の手に届けるのか、どのようにして顧客に売るのか、どのように「理解」してもらい、買うという「行為」へ促すのか。これ考えることは、人を動かしたい日常生活の様々なシーンに役立つものです。「友人との衝突を解決したい」「部活の後輩に練習を促したい」「自ら進んで勉強に取り組めるようになりたい」……経営学は日常生活の「リアルな課題」に対処する現実的な方法を考える時にも、役立てることが出来ます。

経営学の特徴

様々な学問を

応用する

実際の経営の場面では、従業員に一生懸命働いてもらうための動機づけ(心理学・経済学など)が必要ですし、それと同時に商法や会社法などの法律(法学など)を遵守する必要もあります。また、自社の商品を顧客に選んでもらい、購入してもらうためには、説得力のある言葉(言語学・人文学など)が求められるかもしれません。

このように経営学は、様々な学問の知識を実践に応用、または適用していくことができる特性を持っています。これにより、単一の学問にのみ依拠するのに比べて、高い問題解決力を有しているといえます。

実践の中で

反省する

経営学が高い問題解決力を有しているといっても、それだけでビジネスをうまくやれるわけではありません。実際には、既存の理論で解決できない未知の課題に直面することもあり、そこでは創意工夫を凝らすことによって、現実に対処していく必要があります。経営学ではこのような創意工夫の中で行為と反省を繰り返し、徐々に成果を達成していくという方法も学ぶことができます。

あらかじめ多様な知識が用意されているだけではなく、行為と反省の中で新しい解決策を生み出していくことができます。経営学にはこのような柔軟な発想が備わっており、それゆえビジネス実践において最強の学問だといえることができます。



幅広く理論を

勉強する

経営学は様々な学問を応用し、新しい答えを出す学問のため、特定の知識だけではなく、幅広い知識の中から、必要な理論を活用していきます。そのため、特に初年度は様々な学問の理論を、知識として蓄えること（インプット）を目的とした勉強がラインナップされます。医師が、幅広い理論を習得した上で、外科や内科などの専門分野を決めるのと同じように、経営学でも最終的にはそれぞれのフィールドでプロフェッショナルとなることを目的としていますので、最終目標を決めて学ぶことが重要となります。

実践し

研究する

多様な知識のインプットは大切ですが、実際には学んだ通りに物事が進まないことはよくあります。そのため、実践の場で知識を使う場合には、学んだ知識をもとに、自分なりの解決策をつくり、現実に役に立つような理論を考え、保管しておくことが必要となります。このようなアウトプットは、初めから一つの答えが設定されている「勉強」とは異なり、自分なりの答えを出す「研究」への取り組みが必要です。北海経営では、実践の中から「研究する力」を高めるため、企業現場で学ぶインターンシップ制度や、各分野の専門家である教授から専門的な研究の指導を受ける、ゼミナールなどに力を入れていることも特徴です。



経営学と経済学
この2つの違いは
わかりますか？

“経営学部”は
「経営者になりたい人、
起業したい人が行くところ」
だと思いませんか？

大きく分けると経済学は、“お金”に焦点を当て、用意された正解にたどり着く学問です。それに対して経営学が特に焦点を当てるのは“人”。

人はそれぞれ受け取り方が違うので、経営学に正解はなく、自分の答えを正解にしていくことができる学問です。

例えば、お菓子メーカーがポテトチップスをもっと売ろうとした時に「人は損得で商品を買うはず」という経済学の視点で見ると、商品の値段を下げて売るのが正解となります。確かにこれは効果的であると考えられますが、人は損得感情だけで商品を選んでいるわけではありません。

「パッケージがかわいいから」「CMに出ているタレントが好きだから」「流行っているから」など、損得感情を超えた商品を選ぶ理由は人それぞれです。

つまり経営学は、経済学などの“理論を応用して考える”ことをベースに、壁にぶつかった時に、繰り返し新しいアイデアを生み出すという“実践の中での反省”が重視されます。

北海経営に入学した際は、知らない世界をどんどん経験して、新しい問題にたくさんぶつかって欲しいと思っています。

check 01

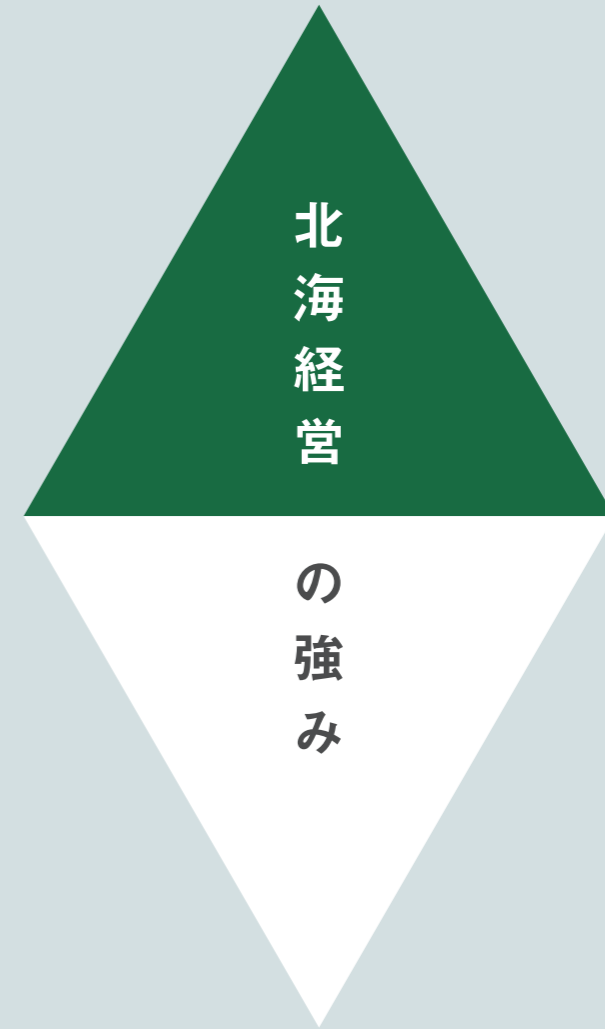
経済学 > お金に注目する学問

経営学 > 人に注目する学問

check 02

経済学 > 答えは1つ

経営学 > 正解はない



専門的に学べる
5つのコース

北海経営は、大きく分けると「経営情報学科(1部のみ)」の2つの学科に分かれています。1年次は両学科共通で専門導入科目を学びます。その後、経営情報学科2コース(2部は3コース)、経営情報学科3コースの中から、自分が興味のある分野を選択し、より専門的な学びを深めていきます。

専門導入科目

経営学概論/企業論/マーケティング/ビジネス・エコノミクス/
金融システム/簿記/情報リテラシー/心理学概論など

5つのコース

経営学科

組織・マネジメントコース

上手な人の動かし方、動機づけや権限の委ね方など、組織の中での人の管理やチームをまとめ上げていく方法などを考えるコース。

戦略・マーケティングコース

製品・サービスの企画・販売や広告方法を含めた、売り上げを伸ばす方法を考え、顧客を獲得するための戦略を練るコース。

経営情報学科

会計・ファイナンスコース

会社の通知表となる財務諸表を読みこなすとともに、ビジネスに関わるお金の動きを学習するコース。

情報・マネジメントコース

ビジネス上の課題解決のために、ITを活用して情報を活かす、情報処理、情報システムに関する幅広い知識の習得を目指すコース。

心理・人間行動コース

個人・組織の心理的特性や、対人関係を理解し、部下や同僚との関係や、顧客との関係を円滑にする方法を考えるコース。

※2部経営学科では、上記2コースに加え、「心理・人間行動コース」を設置しています。

北海経営 3つのポイント

POINT
01

幅広い
専門分野の先生

ビジネスに特化した専門導入科目以外にも、心理学やビジネス英語を含め、幅広い専門分野の先生がそろっているので、経営学を総合的に本気で学ぶことができます。心理学とビジネス英語については次ページ以降で詳しく説明します。

POINT
02

実践の中での
研究力を高めるゼミ

実践的なものから学問的なものまで、活動的なゼミを幅広くラインナップしています。中には大学から飛び出し、学外で何社もの企業との連携プロジェクトを行うなど、よりリアルな経験をすることができるゼミがあります。自身の興味や希望といった意志を重視し、進みたい方向に進むことができます。

POINT
03

各種スキル向上&
資格試験対策講座

教育教員免許や司書といった資格を取得することもできますし、公認会計士や税理士などの資格取得を目指すこともできます。そのほかにもマイクロソフト オフィス スペシャリスト(MOS)や、国家資格であるITパスポート試験への資格対策講座を独自で開催するなど、各種資格取得にも力を入れています。

01 専門的に学べる 5つのコース

02 ビジネスに活かす 心理学 の視点

03 ビジネスの場面で 使う英語

ビジネスに活かす

心理学の視点

経営学部でなぜ心理学を学ぶのだろうか？と感じた方も少なくないかもしれません。それは、ビジネスの世界が人と人との関わり合いで成り立っているからです。学問として心理学を学び、経営学への理解をさらに深いものにしていきましょう。

心理学で

人の心は読めない

“心理学”と聞くと、“カウンセラー”や“人の心を読む”といったことをイメージする方も多いと思いますが、心理学は、人の心のあり方について、客観的かつ論理的に考えていく学問です。ですので、心理学を学んだからといって“人の心が読める”ようになれるわけではありません。あくまで学問として、科学的なアプローチから人間の心を理解していきます。

ビジネス×本格的な

心理学

北海経営には、心理学専門の先生が8人います(20年現在)。経営学部でありながら、これだけ様々な心理学の領域をカバーしているのは、全国でも北海経営だけです。海外に目を向ければ、心理学と経営学を同時に学ぶことができる大学は当たり前のように存在していますが、日本では他に例を見ません。個人、集団、顧客、様々な状況における心理学を本格的に理解し、その視点をビジネスに活かしていきましょう！

目の前の誘惑に負けてしまい、誤った判断で将来的な利益よりも目の前の小さな利益を取ってしまった経験はありませんか？

日常でもよく見られる「申し込んだ直後に利用できます」「その場でポイント還元!」といったフレーズ。これらは消費者の“現在思考バイアス”という心理を意識したマーケティングの手法です。今すぐもらえる10万円と来週もらえる10万1000円。あなたはどちらを選びますか？人間がする物事の判断は、私たちが考えている以上に不合理であることが知られています。なぜこのような判断をしてしまうのか、もっと深く知りたい方は、是非大学で心理学に触れてみてください。



ビジネスの場面で

使う英語

ビジネスにおいて、英語が求められる、英語を使えることがプラスになるシーンは少なくありません。日常会話とビジネス英語の違いを理解し、ビジネスシーンで「使う英語」を学んでいきましょう。

学ぶ英語と

使う英語

英会話学校でいくら日常会話を学んでも、ビジネスのシーンでは通用しません。また、英語を「知りたい」のでしたら、英文学や英語学、英語教育といった分野を専攻することをおすすめします。

経営学部で学ぶ英語は、ビジネスシーンで「使う」ことを目的としています。インターネットの英語情報を読む、英文でメールを打つ、英語でプレゼンを行う、英語でビジネスの交渉を行うなど、英語を使用する場面を具体的に設定し、総合的に学んでいきます。



確認を繰り返して

100点に

ビジネスの現場で使う英語は、80点ではいけません。100点が合格ラインです。

北海経営の学生の中には、国際展示商談会に通訳として参加するなど、国際舞台で活躍している学生もいます。自立一步手前ともいえる学生たちが、なぜそのような場面で活躍することができるのでしょうか？

それには高校までの基礎英語に、ビジネス・貿易の「知識」を加え、紹介する商品について徹底的にリサーチすることが重要です。想定される言葉や質問、答えを事前に知り尽くし、不安のない状態で臨むことがビジネスのシーンで英語を使うことを可能にしています。

ビジネスでの英語は学校での一度きりの試験とは違い、メールや資料、写真、実際の商品などを用いて顧客とコミュニケーションをとることができます。わからないこと、不安なことがあれば、100%わかるまで何度でも聞き返す。確認を繰り返すことで、80点を100点にしていくのです。

海外総合実習

カナダに3週間滞在して行う「海外総合実習」では、単に「英語を学ぶ」（語学研修）だけではなく、現地企業で「北海道企業のビジネスについて」をテーマに英語プレゼンテーションをする「英語を使う」経験をします。

学生たちはプレゼンテーションの成功のために、カナダ出発前に、道内企業の視察と業界・企業分析を念入りに行った上で、結果をまとめ、本番に臨んでいます。

明確な目的を持って参加する、学生たちにとって満足度が大きいプログラムになっていると同時に、ここでの経験すべてが将来につながっています。



出前講義

北海経営では教員が高校などに出向き、この冊子でご紹介した経営学の特徴や経営学部での学び、ビジネス、心理、英語のつながりなど、ご希望に沿ったテーマをよりわかりやすくご説明する「出前講義」を実施しています。

内容については詳細をご相談のうえ作成いたしますので、お気軽にお問い合わせください。

[出前講義テーマ(一部)]

- 北海経営での学びの特徴
- “人を動かす”コミュニケーションとは
- 人付き合いに活かせる心理学のアイデア
- 経営学を学ぶことと将来の仕事のつながり

北海経営での学びがもっとわかる冊子を無料ダウンロード

3冊セット

- 経営学とは
- 心理学とは
- “使える”英語とは



経営学部で学ぶ、各学問分野の特徴や魅力をわかりやすく、かつ簡潔に解説した読本です。先生や保護者の方にも読んでいただきたい内容になっていますので、ご希望の方は下記URLもしくは2次元バーコードからダウンロードください。



<https://ba.hgu.jp/publication/introduction/>

お問い合わせ

北海学園大学経営学部
札幌市豊平区旭町4丁目1-40
経営学部事務室[直通]
TEL:011-841-1247



<https://ba.hgu.jp/>

北海経営

