

区 分	専門応用科目－情報ビジネス科目	担当教員	竹元雅彦			
授業科目	マーケティング論					授業形態
英 訳	Marketing management					単独
配当年次	1年次	後期	必選別	選択	単位数	2単位
【授業の目的】 「マーケティングとは売れ続けるための仕組みづくり」である。本講義では、マーケティングの基礎を学ぶと同時に、環境の変化に対応できる知識・考え方を身につけることを目的とする。						
【授業の到達目標】 ・マーケティングの基礎概念を理解する。 ・企業が実際にどのようなマーケティング活動を行っているのかについて説明できる。						
【授業の概要】 実際の企業のマーケティング活動や商品の分析を通じてマーケティングの考え方（フレームワーク）を習得する。						
【準備学習(予習・復習)】 ・テキストにある基本用語や知識は、共通用語として重要となるので、意味を理解しておくこと						
【授業計画】 第 1回 オリエンテーション 何故、マーケティングが必要なのか 第 2回 マーケティングとは何か (マーケティングの本質) 第 3回 今日に至るマーケティングの流れ マーケティング 1.0 から 4.0 まで 第 4回 顧客創造の視点 シーズとニーズ、ウォンツ、ディマンズ 第 5回 マーケティング体系 STPマーケティング 第 6回 演習 マーケティング環境分析 (SWOT分析) 第 7回 演習 標的市場の選定 市場セグメンテーション 第 8回 演習 ポジショニング 競合との差別化をはかる 第 9回 マーケティングミックス (4P) の基本理解 第10回 製品戦略 第11回 価格戦略 第12回 販売チャネル戦略 第13回 プロモーション戦略 第14回 演習 マーケティング戦略の実際 (ユニクロのマーケティング) 第15回 マーケティングにおけるIT活用						
【テキスト】 相原 修『ベーシック マーケティング入門』日経文庫						
【参考書・参考資料等】 マーケティング用語辞典 (日経文庫)						
【成績評価の方法等】 期末試験 (60%)、授業中の課題 (40%) で評価する。						
【履修要件等】						

区 分	専門応用科目－情報ビジネス科目	担当教員	竹元 雅彦			
授業科目	経営分析論					授業形態
英 訳	Management analytics					単独
配当年次	2 年次	前期	必選別	選択	単位数	2 単位
【授業の目的】 企業の健康状態を測定する、経営分析の基本を学ぶ。						
【授業の到達目標】 ・経営分析の基本的知識を身に付け、基本的な分析ができる。 ・経営分析の視点から企業を比較検討することができる。						
【授業の概要】 経営分析の理解を通じて分析手法を習得する。						
【準備学習(予習・復習)】 必ず基本用語は理解すること。専門用語の意味を予習すること。						
【授業計画】 第 1 回 オリエンテーション 講義の進め方 第 2 回 経営分析の目的と考え方 第 3 回 財務諸表の基本理解 損益計算書 1 第 4 回 財務諸表の基本理解 損益計算書 2 第 5 回 財務諸表の基本理解 貸借対照表 1 第 6 回 財務諸表の基本理解 貸借対照表 2 第 7 回 キャッシュフロー計算書の見方 第 8 回 企業会計の仕組み理解 決算までの流れと簿記の役割 第 9 回 演習 簿記の流れ 決算処理と財務諸表 第 10 回 会社の安全性をみる(流動比率、当座比率 ほか) 第 11 回 会社の収益性をみる(売上高利益率) 第 12 回 会社の収益性をみる(資本利益率) 第 13 回 会社の成長性をみる(売上高伸び率経常利益伸び率 ほか) 第 14 回 演習 ケーススタディー マツダとトヨタの経営分析 第 15 回 まとめ						
【テキスト】 佐藤 裕一『ビジュアル 経営分析の基本 (第5版)』日経文庫ビジュアル						
【参考書・参考資料等】 必要に応じて関連資料を配布します。						
【成績評価の方法等】 期末試験 (60%) 授業中の課題 (40%) で評価する。						
【履修要件等】						

区 分	専門応用科目－情報ビジネス科目	担当教員	竹元 雅彦			
授業科目	流通論					授業形態
英 訳	Distribution Theory					単独
配当年次	2年次	後期	必選別	選択	単位数	2単位
【授業の目的】 私たちの生活を支える流通の仕組みの理解を通じて、その変化する実態を理解し、自分の言葉で流通業を読み解き説明できる能力を養うことである。						
【授業の到達目標】 ・今日の日本における流通業の役割について、説明ができるようになる。 ・流通の仕組みの理解を通じて、企業の成長要因が説明できる。						
【授業の概要】 授業を通じて基本的な考え方を身に付け、課題研究を通じて理解を深める課題解決型の講義を行う。						
【準備学習(予習・復習)】 課題研究については、あらかじめ各自で情報収集を行うこととする。						
【授業計画】 第 1回 オリエンテーション 流通を学ぶ意味 第 2回 流通のいま、これから 流通業って何？ 第 3回 流通のしくみ 日本型流通の特徴 第 4回 流通業と小売業 第 5回 小売業の形態と業態開発 第 6回 小売業の経営の仕組み 第 7回 卸売業の現状と経営のしくみ 第 8回 課題研究 イオンの戦略 クロスドッキングセンター 第 9回 課題研究 セブンイレブンの戦略 オムニチャンネル 第 10回 物流業の現状 3 rd パーティーロジスティック 第 11回 課題研究 ヤマト運輸と佐川運輸 第 12回 流通業の構造改革とICT活用 第 13回 課題研究 アスクルのビジネスモデル 第 14回 課題研究 アマゾン FBA (フルフィルメント by Amazon) 第 15回 まとめ						
【テキスト】 小林隆一『ビジュアル 流通の基本<第5版>』日経文庫						
【参考書・参考資料等】 講義中に随時紹介する。						
【成績評価の方法等】 期末試験 (60%)、授業中の課題 (40%) で評価する。						
【履修要件等】 「マーケティング論」を履修していること。						

区 分	専門応用科目－情報ビジネス科目	担当教員	大塚 厚二			
授業科目	情報ビジネス概論				授業形態	
英 訳	Introduction to Information Business				単独	
配当年次	3年次 前期	必選別	選択	単位数	2 単位	
【授業の目的】 インターネットが市場の価値基準を変える技術となり、従来のビジネスをどのように変わってきたかを知ってもらうことで、インターネットサービスを利用したビジネスにおいて実践的に活躍できる力を育成することを目的とする。お金の儲けるだけの企業は、潰れる。他方、お金を儲けない集団もすぐに潰れる。実際のビジネスはこの中間で動いているので、社会人として成長するために中間が見えるようになってほしい。						
【授業の到達目標】 インターネットサービスによる破壊的イノベーションと事例、情報ビジネスの形態と事例、マーケティングと広告、リアルとネットとを協働させる方法と事例、インターネットサービスを提供する技術について教える。ネットでの販売・サービスを中心に、リアル(実際の店舗や流通網など)とネットとの組み合わせによる販売・サービスなどを含むビジネスについて事例研究を通じて理解してもらい、将来の進路での参考にってもらうことを目標とする。						
【授業の概要】 インターネットに展開された経営と技術の全体像を理解するための事例を中心とする授業を講義形式で行う。						
【準備学習(予習・復習)】 事例を示すので、成功した理由について、失敗した理由について、自分で考えて欲しい。授業での説明を聞いて、自分の考えを深めてほしい。						
【授業計画】 第 1 回 オリエンテーションと導入 第 2 回 情報ビジネスの黎明期 -検索技術 第 3 回 情報ビジネスの黎明期 -ネットショップ 第 4 回 情報ビジネスの現状 第 5 回 BtoC ビジネス 第 6 回 ポータルサイト・ネットショップ 第 7 回 インターネットモール・ネットオークション 第 8 回 ブログ・SNS・コミュニティ機能 第 9 回 経営理論から見た BtoC、経営手法 第 10 回 BtoC ビジネスの事例 第 11 回 e マーケティングと購買行動のモデル 第 12 回 SEM/検索連動型広告/コンテンツ連動型広告 第 13 回 クリック&モルタル、マルチチャンネル販売、 第 14 回 クリック&モルタルの分類 第 15 回 e ビジネス/e コマースで使われる技術						
【テキスト】 幡鎌博『eビジネスの教科書』創成社						
【参考書・参考資料等】 教科書に在る事例のリンクは授業支援サイトに載せる。						
【成績評価の方法等】 2回のレポート(40%)、期末試験(60%)						
【履修要件等】 特にありません。						

区 分	専門応用科目－情報ビジネス科目	担当教員	竹元雅彦			
授業科目	小売経営論					授業形態
英 訳	Retail management					単独
配当年次	3 年次	後 期	必選別	選択	単位数	2 単位
【授業の目的】 リテールマーケティング（販売士）3級レベルの知識の習得を通じて、小売業経営の実際を理解する。						
【授業の到達目標】 ・小売業の仕組みを理解する。（仕入から販売までの一連の流れを理解し、説明ができる。） ・利益の仕組みについて理解する。						
【授業の概要】 講義で基本知識を学び、演習を通じて考え方を身に着ける。						
【準備学習(予習・復習)】 自ら、積極的にインターネット等で関連する情報を収集すること。						
【授業計画】 第 1 回 オリエンテーション 小売業って何？ 第 2 回 日本の小売業の構造と変化 第 3 回 流通における小売業の基本的役割 第 4 回 業種と業態 業態開発の現状 第 5 回 課題研究 調べてみよう！身近な小売業 第 6 回 チェーンストア、ボランタリーチェーン、フランチャイズチェーン 第 7 回 商業集積（ショッピングセンター）の類型 第 8 回 マーチャンダイジングの基本 第 9 回 仕入計画、在庫管理、販売管理の基本理解 第 10 回 販売数値の見方1 客数×客単価 商品回転率 第 11 回 販売数値の見方2 値入高 第 12 回 販売数値の見方3 荒利益高 第 13 回 課題研究 コンビニ経営1 第 14 回 課題研究 コンビニ経営2 第 15 回 まとめ						
【テキスト】 上岡史郎『2018レクチャー&トレーニング日商リテールマーケティング(販売士)検定試験3級』実教出版						
【参考書・参考資料等】 関連する資料を配布する。						
【成績評価の方法等】 期末試験（60％）、授業中の課題（40％）で評価する。						
【履修要件等】 「マーケティング論」「流通論」を履修していること。						

区 分	専門応用科目－情報ビジネス科目	担当教員	竹元雅彦			
授業科目	起業論					授業形態
英 訳	Entrepreneurship					単独
配当年次	3年次	後期	必選別	選択	単位数	2単位
【授業の目的】 アントレプレナー教育（起業学習）を通じて、産業界のニーズに対応したイノベーション創出力・就業力を習得することを目標に置く。						
【授業の到達目標】 ・企業が求める人材像としての「企業内起業家」について理解する。 ・講義を通じて、社会人基礎力を身につける。						
【授業の概要】 毎回、テキストの基礎学習をベースに演習を行う。						
【準備学習(予習・復習)】 指定した章の要点を事前に熟読したうえで講義に出席すること。						
【授業計画】 第 1回 オリエンテーション 講義の進め方 第 2回 起業家とアントレプレナーシップ 第 3回 組織でも求められるアントレプレナーシップ 第 4回 アントレプレナーシップ4つの視点 第 5回 マネジメントの視点をもつ 第 6回 マーケティングの視点を持つ 第 7回 イノベーションの視点を持つ 第 8回 ソーシャルビジネスの視点を持つ 第 9回 ビジネスモデルと戦略的思考 第10回 ビジネスプランを支える構想力 第11回 ビジネスセンスを磨く視点 第12回 演習 ビジネスプラン策定演習 第13回 起業家教育ってなんだろう？ 第14回 女性起業家の活躍と未来 第15回 まとめ						
【テキスト】 竹元雅彦『社会人基礎力を養う アントレプレナーシップ』中央経済社						
【参考書・参考資料等】 講義中、随時紹介する						
【成績評価の方法等】 課題提出 80% 小テスト20%で評価する。						
【履修要件等】 「マーケティング論」「経営分析論」を履修していること						