

平成25年度授業シラバスの詳細内容

科目名(英)	eビジネスマーケティング論(e-business marketing)	授業コード	E038801
担当教員名	後藤 幹雄		
配当学年	2	開講期	前期
必修・選択区分	選択	単位数	2
履修上の注意または履修条件	教わろうではなく、考える癖を身につけてほしいですね。		
受講心得	講義中の携帯・私語は厳禁、ルール違反は退室してもらいます。座席は指定。		
教科書	参考資料配布		
参考文献及び指定図書	ネット未来図 佐々木俊尚著(文春新書) グーグル～既存のビジネスを破壊する 佐々木俊尚著(文春新書) 「ネットの自由」vs著作権 福井建策(光文社新書) ウェブ時代をゆく 梅田望夫(ちくま新書)		
関連科目	マーケティング論、広告論、サービス・マーケティング論		

授業の目的	インターネットを中心としたIT革命がビジネスのみならず政治、経済、社会のあらゆる分野に大きな変革を起こしつつあります。まず学生達に、今自分たちが大きな時代の変わり目にいることをしっかりと認識させます。その上でIT革命、特にインターネットが一体何をえつつあるのかを、まずそのビジネスへの影響や新しいビジネスモデルなどについて具体的なケースに基づいて解説します。さらに、この数年ネット上でのWebの環境変化が著しく、いわゆる「Web 2.0」とよばれる新しい方向性がWeb上でビジネスを行う企業のサービスモデルやシステムそのものを大きくえつつあります。この新しいトレンドは特に企業のマーケティング活動にどうやら決定的な変革を起こしつつあると言って良いように思います。この講義では「eビジネス」を広義に捉え、電子商取引に限らずコンテンツや通信、さらには新しいメディアとしてのビジネス・チャレンジまでカバーし、「マーケティング」も広義に捉えて、企業様々な「BtoB」、「BtoC」の活動を取り上げたいと思います。eビジネスをより幅広く、ダイナミックに変化し続けるビジネスとして学んでもらいたいと願っています。
授業の概要	そもそもeビジネスとはどういうことか、eビジネスが活発化した経済的背景、eビジネスの基盤としてのインターネットの動向、eビジネスの先頭を走る企業活動の事例、eビジネスとマーケティングの関係、eビジネスとユーザーとの関係などを各2～3回づつ学びます。

○授業計画	
学修内容	学修課題(予習・復習)
第1週：eビジネスとは① ビジネスとはそもそもどういうことか、eがつくことで何がかわるかを考える。	配布資料
第2週：eビジネスとは② eビジネスが盛んになった背景や現状などeビジネス論の基礎を解説する。	配布資料
第3週：eエコミーの概観(1) IT革命は何をええたのか？ここではインターネットがビジネスに与えた影響について考察する。又、新たなビジネスモデルやニューエコミーの登場について解説する。	配布資料
第4週：eエコミーの概観(2) 90年代にIT革命が如何にアメリカ経済を奇跡の回復に導いたのかについて考察する。インターネットの歴史からIT国家戦略にいたるまでのIT革命を先導したアメリカの状況を詳細に解説する。	配布資料
第5週：ネットビジネスについて コンテンツ／アプリケーション、プラットフォーム、インフラ、端末の4層に分類できるネットビジネスの現状と動向を分析する。	配布資料
第6週：モバイルビジネスについて スマートフォン、タブレットなどモバイルがコンピュータのメインの端末になりつつある。グローバルレベルでの市場競争、ユーザーの動向などについて学ぶ。	配布資料
第7週：フリービジネスについて① ネットビジネスのキーワードのひとつに、「フリー」がある。フリーのコンセプト及びフリービジネスの4つのタイプについて学ぶ。	配布資料

第8週：フリービジネスについて②		
フリーのビジネスモデルを駆使する、日本、欧米の先端企業の事例について学ぶ。		配布資料
第9週：グーグルのどこが凄いか		
世界最大の検索エンジン、グーグルの強さの秘密を探る。		配布資料
第10週：アップルのどこが凄いか		
世界一のマーケットター、スティーブ・ジョブズが世界一の企業に押し上げたアップルのビジネスモデル、マーケティング手法などについて学ぶ。		配布資料
第11週：プラットフォームという考え方		
インターネットの普及により、顧客管理・セキュリティ・認証などの重要性が高まり、ビジネスとしてポテンシャルが大きくなってきた、「プラットフォーム」について考える。		配布資料
第12週：eビジネスと放送～放送と通信の融合について		
動画共有サイトの浸透、インターネット放送の普及などで、放送と通信の融合が現実になりつつある。市場、技術、ユーザー、制度などの現状と動向を学ぶ。		配布資料
第13週：eマーケティングについて		
eビジネスにおいても顧客志向、即ちマーケティング志向が最も重要。Eビジネス時代における新しいマーケティングに潮流について学ぶ。		配布資料
第14週：SNSと新しいコミュニティ		
ツイッター、フェイスブックなどのSNSが世界を席卷しつつある。SNSの現状とこれからの動向、政治や文化に与える影響とSNSによる新しいつながり社会について考える。		配布資料
第15週：まとめ		
第1週～第14週までの主要なポイントについてまとめと復習を行う。		配布資料
第16週：期末試験		
授業の運営方法	(1)授業の形式	「講義形式」
	(2)複数担当の場合の方式	
	(3)アクティブ・ラーニング	
備考		

○単位を修得するために達成すべき到達目標	
【関心・意欲・態度】	インターネットの仕組みや機能の基本が説明できる。
【知識・理解】	インターネットがビジネスをどのように変えようとしているか説明できる。
【技能・表現・コミュニケーション】	eビジネスの主要なプレイヤーの概要について説明できる。
【思考・判断・創造】	ケーススタディーを通して、仕事の場面におけるeマーケティング行動をイメージできる。

○成績評価基準(合計100点)			合計欄	0点
到達目標の各観点と成績評価方法の関係および配点	期末試験・中間確認等(テスト)	レポート・作品等(提出物)	発表・その他(無形成果)	
【関心・意欲・態度】 ※「学修に取り組む姿勢・意欲」を含む。	20点			
【知識・理解】 ※「専門能力(知識の獲得)」を含む。	20点			
【技能・表現・コミュニケーション】 ※「専門能力(知識の活用)」「チームで働く力」「前に踏み出す力」を含む。	30点			
【思考・判断・創造】 ※「考え抜く力」を含む。	30点			
(「人間力」について) ※以上の観点に、「こころの力」(自己の能力を最大限に発揮するとともに、「自分自身」「他者」「自然」「文化」等との望ましい関係を築き、人格の向上を目指す能力)と「職業能力」(職業観、読解力、論理的思考、表現能力など、産業界の一員となり地域・社会に貢献するために必要な能力)を加えた能力が「人間力」です。				

○配点の明確でない成績評価方法における評価の実施方法と達成水準の目安	
成績評価方法	評価の実施方法と達成水準の目安
レポート・作品等(提出物)	
発表・その他(無形成果)	