

科目名	コマース研究ゼミナールⅢ	科目コード	1211	単位数	2
担当者名	村松 祐二	開講セメスター	第6セメスター	開講年次	3年次
授業の方法	演習	実務経験	無		

● 授業のねらい

目頃目にする企業も、改めてその事業内容や特徴を尋ねられると、途端にわからなくなるものです。就職活動が本格化する時期を迎えて、すでに経験した人も少なくないでしょう。ゼミナールでは、こうした私たちの日常生活に不可欠な諸企業の構造やビジネスモデル、その企業が市場でどのように環境適応しているのかを競争戦略の視点から学びます。また卒論のテーマについても考えてみましょう。

● 到達目標

ビジネスを経営戦略の視点から考える訓練をととして、経営学的な知識の習得と応用、課題の発見・解決能力を身につけます。

● 授業内容

- 1週目 デジタル戦略について 復習①
- 2週目 デジタル戦略について 復習②
- 3週目 デジタル戦略について 復習③
- 4週目 デジタル戦略について 復習④
- 5週目 競争と連携/生存可能領域
- 6週目 新しい価値提案/ジョブの解決
- 7週目 ブルーオーシャンと価値曲線/バリューインパクト
- 8週目 サブスクリプション/1人勝ちのメカニズム
- 9週目 ネットワーク効果
- 10週目 エコシステムの駆動
- 11週目 オープン&クローズ
- 12週目 先行者への対抗
- 13週目 覇権争い
- 14週目 強烈な成長志向
- 15週目 事業の複数化と資源蓄積
- 16週目 15週目までの授業内容を実施出来なかった場合は補講授業を行います。

● 準備学習(予習・復習)等の内容

テキストの内容を全員で丁寧に理解する方式でゼミを進めるので、テキスト各章末にあげられている文献が基本的な参考文献となります。また『週刊ダイヤモンド』『週刊東洋経済』『日経ビジネス』『週刊エコノミスト』等ビジネス誌の特集記事も参考になります。こうした文献・資料には図書館等で可能な限り目をとってください。

● 成績評価の方法・基準

各自の取り組みから評価します。

● 履修上の留意点

新聞は毎日目をとおすよう、心がけてください。

● 課題に対するフィードバックの方法

課題に対しては事実や論理に基づく論述式表現による応え方が求められます。その都度、考え方や具体的表現方法について解説をおこないます。

● テキスト

ゼミナールⅡのテキスト根来龍之著「集中講義 デジタル戦略」(日経BP社)を、引き続いて使用しますので、購入する必要はありません。

● 参考書

なし。

● 更新日付

2020/08/19 01:27