

<p>【都市経営研究科提供科目】 ビジネスモデル論 Business Model</p>	<p>(教員名) 小関 珠音</p>	
<p>アントレプレナーシップ研究分野 中核科目</p>	<p>講義科目</p>	<p>選択</p>
	<p>1 単位</p>	<p>2018 年度・後期</p>
<p>I 科目の主題 企業の長期的な成長をもたらすビジネスモデルの構築・実行には、組織的な試行錯誤、学習、検証、さらには既存のビジネスモデルを革新する能力が必要となる。本講義では、ビジネスモデルの構築から実践・改革に至る局面を辿り、ビジネスモデルの機能と利益への寄与を総合的に理解することを目的とする。</p>		
<p>II 授業の到達目標 新しいビジネスモデルを展開する際に、過去の慣習の呪縛からどのように逃れ、また様々な抵抗をどのように払拭し、そしてどのように新しいビジネスモデルを普及させるのか、各局面における機会と障壁について学ぶ。</p>		
<p>III 授業内容・授業計画</p> <p>第1回 イン트로ダクション 第2回 ビジネスモデルの定義 第3回 ビジネスモデルの構成要素① 第4回 ビジネスモデルの構成要素② 第5回 事例1：企業の成長とビジネスモデル：コンビニエンスストア 第6回 先端技術とビジネスモデル 第7回 リーンスタートアップ 第8回 ビジネスモデルの機会と障壁 第9回 シナリオ・プランニング技法 第10回 事例2：IoT時代のビジネスモデル—多様化する車 第11回 ストーリーテリングによる普及 第12回 ビジネスモデルの検証プロセス 第13回 ビジネスモデルの革新能力 第14回 事例3：社会構造のシフトとビジネスモデル—地方移住促進 第15回 総括</p>		
<p>IV 事前・事後の学習内容 以下の書籍・論文が参考となる。その他の参考文献は、講義で紹介する。 Chesbrough, Henry. (2010). "Business Model Innovation: Opportunities and Barriers," <i>Long Range Planning</i> 43, pp:354-363. Magretta, Joan. (2002). "Why Business Models Matter," <i>Harvard Business Review</i>, May 2002.</p>		
<p>V 評価方法 宿題及び課題 70 点、平常点 30 点 合計 100 点により評価を行う。</p>		
<p>VI 受講生へのコメント 質問など講義への参加を期待する。</p>		
<p>VII 教材 講義の都度、資料を配布する。</p>		