

修士課程

応用科目

マーケティング戦略特論 2単位 Marketing Strategy

マーケティングに関する基本的概念及び最新理論を修めることを目的とする。具体的には“マーケティング”の世界的権威 Philip Kotler らの著書『マーケティング・マネジメント第12版』を紐解き、今日のマーケティングに関する概念やフレームワークなどについての基礎を固めると共に、激変するマーケティング戦略のトレンドについて学ぶ。さらに、我々が直面する現代社会の諸問題について、マーケティングの概念やフレームワークを活用して分析し解決策を立案することを通して、マーケティング理論について理解を深める。

目標：1. マーケティングの基本概念・フレームワークについて説明できる。2. マーケティングの分析的アプローチについて説明できる。3. マーケティングの最近のテーマ“ホリスティック・マーケティング”について説明できる。4. マーケティング戦略について身近な事例を交えて議論できる。

SCMオペレーション特論 2単位 SCM Operation

商品の市場提供活動においては、「必要なものを」、「必要な時に」、「必要なだけ」生産するという命題が市場の多様化と国際的競争激化の中でますますその重要性を増している。このような問題は国際的な広がりの中で関連業界間の連携を的確に行いマネジメントすることが不可欠になっている。本科目では、さまざまな商品・サービス市場提供活動における品質・納期・数量管理に関する基本的な問題を理解するとともに、サプライチェーンを有機的に機能させるためのIT技術も学習する。自ら課題に適用して解決できるようになるために、サプライチェーンマネジメントについて、その基本モデルと計画立案法および需要の条件とサプライヤーの条件に応じた管理手法の基礎とその応用を学習する。

目標：1. サプライチェーンマネジメントを行う上で必要となる科学的管理法の有効性と問題点が議論できる。2. 管理機能を計画機能と統制機能の2つの視点から捉え、管理活動の標準化と改善を考えることができる。3. 商品・サービスの市場重要予測の手法と評価方法を理解できる。4. 需要の要件とサプライヤーの条件から計画の最適化を図るためのオペレーション理論を理解でき、サプライチェーンマネジメントへの応用ができる。

ネットビジネス特論 2単位 Net Business

情報のネットワークを用いたビジネスはますます発展しており、Google、楽天、Yahoo、Amazonに代表されるネットビジネスはもとより、あらゆる企業においてもネット環境を利用したビジネス化が増大している。本研究では、経営戦略面とITC戦略面の両面から、ネットビジネスの成功要因の分析をとおして、ネット環境を活用したビジネスモデルについて学ぶ。またビジネスモデルの実現要素となる経営面および技術面の特徴についても理解を深めることで、企業経営に直接役立つようなネットビジネスシステムを構築する能力を身につける。同時にネットビジネスが、安心して安全なユビキタスネット社会の創生、および企業経営に直結する「サービス指向」、「ユーザー指向」の拡大に以下に関係するかについての学習をする。

目標：1. ネットビジネスシステム全般の基礎知識を身につけることができる。2. ネットビジネスを行うための手法を身につけることができる。3. ITを活用したビジネスモデルを検討することができる。