

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。

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てる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。