

授業科目名： **事業計画演習（徐・松澤） 【2019 秋学期開講分】**

科目区分： 演習（発展）

必修・選択の別： 必修

配当年次： 2 年次

単位数： 4 単位（学習期間 2 学期）

担当教員： 徐 恩之

副担当教員： 松澤 斉之

オフィスアワー（授業相談の受付）：

e ラーニングサイトおよびメールでの質疑応答を受け付けています。

（メールアドレスは大学院グループウェアのアドレス帳でご確認ください）

1. 授業の概要

受講生が実際に起業を行うもしくは所属する企業において新規事業の発案を行うことを想定し、実社会にて通用する事業計画書を作成する。またその作業を通じて、アントレプレナーシップにおける様々なスキルを身に着ける。（※営利非営利は問わない。）計画を実施するために必要な収支計画・資金調達計画なども設計を行い、中間および最終報告会において、教員および学外専門家からの評価・指導を頂く。

2. 学習目標

当大学院 MBA コースの集大成として、他の各授業で習得した知識や方法論を、事業計画の立案というプロセスに応用・活用することが期待される。その上で、完成した事業計画に一定の実現可能性を持たせることを目標とする。

3. 当ゼミの特色

本演習は、グローバル市場と企業経営に豊富な経験を持ち、長年事業計画のサポートをしてきた松澤講師と本学マーケティング担当教員との協力から成り立つものである。ロジカルな発想と根拠に基づいて、実務の中でわいてきた疑問と問題への答えを、教員とともに探していく。つまり、マーケティングにおける実務と学術の両視点から、事業を計画していくことが当ゼミの特色となる。

4. 求める受講者

①消費者、顧客、マーケティング組織で働く人の心理や行動管理に興味が高い人 ②なぜという問いと数量的根拠及び調査データ分析に基づいて計画を立てる練習をしたい人 ③自分の実務での経験や勘を、マーケティングと組織論の既存理論と照らし合わせながら、新たなひらめきを得たいと思う人。

5. 授業計画

1. オリエンテーション、ミッションステートメント
2. ビジネスモデル、バリュープロポジション
3. マーケティング戦略、市場調査方法
- 4~15. 各自ディスカッション及びテーマ設定
16. 中間報告
17. 課題の洗い出し及びフィードバック
18. 資金調達戦略、組織設計
- 19~31. 事業計画書作成

32. 最終報告

6. 受講上の留意点

各ゼミで提示されるスケジュールに沿ってご受講ください。

※中間報告を行わなかった場合、授業の後半課程に進むことはできません。翌学期に改めて中間報告を行って頂きます。

(1 学期留年することになります)

7. 成績評価基準

平常点 (40%) + 中間報告 (10%) + 最終報告 (50%)

最終報告の評価項目は以下のとおり

1	ビジョン／理念／志	10%
2	ビジネスモデル・収益性	10%
3	市場性・スケーラビリティ	10%
4	競争優位性	10%
5	裏づけ調査による根拠	10%
6	必須要素の網羅と完成レベル	50%

※この科目は、以下の資料を期日厳守で提出頂くことが必須となります。

- ・プレゼン資料 (Power point)
- ・事業計画書 (Word)
- ・Before & After 表

8. 必読書籍・参考書籍

授業内容とスケジュールに合わせて教員から適時提示する

9. その他

「事業計画演習」は年間で 4 単位となるため、【春・秋】もしくは【秋・春】の履修登録の際には、それぞれ 2 単位 (1 科目) として扱います。後半学期の履修登録の際には、既に 2 単位を登録済み (履修中) と考えますので、履修できる単位数は 11 単位までとなります。

基本的に毎月 1 回対面授業を予定しています。