

科目	eビジネス論	担当	加藤 省三	履修学年	2年
時間数	90分×時限×16回(週1回)	履修区分	選択	単位数	2単位

【授業目標・到達目標】

インターネットの普及は、企業間、企業・消費者間のネットワーク取引を飛躍的に促進し、企業経営やネット事業に変革をもたらしている。本授業では、eビジネスの仕組みや動向などについて、その考え方や事例を学ぶ。具体的には、B to Cビジネス、B to Bビジネス、顧客関係管理(CRM)、サプライチェーン管理(SCM)、XML-Webサービス、電子決済、暗号と認証、情報セキュリティなどを講義するとともに、理解度テストを課し演習を行うことにより理解度を高める。こうした講義により、企業経営やネット事業におけるeビジネスの考え方と知識が修得できる。

【履修注意】

- ・講義資料をWBTで配信するので、パソコンを毎回持参すること。
- ・毎回の講義の中で理解度テストを行い、その提出をもって出席とみなす。

【評価方法】

理解度テスト25%、中間まとめ30%、定期試験45%による総合評点で評価する。

【試験について】

筆記試験(中間まとめ、定期試験)を行う。

再試験対象者の条件: 不合格者のうち欠席5回以下かつ総合評点45点以上を対象とする。

【予習・復習】

学修時間は1単位45分が文部科学省指針につき、2単位科目は90分の講義に対して90分の自宅学習(予習、復習)が必要。また、各回提出した理解度テストについて、翌週に示す解答を参照して復習すること。

【教科書】

- ・購入教科書なし。講義資料をWBTで配信。

【参考書】

- ・書籍名:「eビジネスの教科書(第五版)」 著者:幡鎌 博 出版社:創成社
- ・書籍名:「ビッグデータ活用入門」 著者:網野 和博 出版社:日本能率協会マネジメントセンター

【その他の注意事項】

【授業計画・内容】

回数	項目	内容
1	ガイダンス、eビジネスとは	シラバスおよび授業概要説明、eビジネスの定義、最近の動向
2	eビジネスの種類	売り手主導型、買い手主導型、市場型
3	B to Cビジネス	コミュニティ戦略、消費者主導活動、レコメンデーション・エンジン
4	B to Bビジネス	国際的eマーケットプレイス、逆オークション、プル型市場
5	データ収集と分析	販売情報管理(POS)、顧客関係管理(CRM)、ビッグデータ
6	サプライチェーン管理(SCM)	製販同盟、クイック・レスポンス(QR)、クローズドMRP
7	XML-Webサービス	企業間データ交換の変遷、前半の重要事項整理
8	中間まとめ	前半の復習とまとめ
9	電子決済	クレジットカード、デビットカード、電子マネー、ネットバンキング
10	安全性と暗号化	クレジットカードの安全性、暗号方式、最近の安全対策
11	認証方法	認証方法と問題点、第三者認証機関
12	情報セキュリティ	情報セキュリティ対策、安全対策動向
13	ICカードとICタグ	ICカード、ICタグと今後の動向
14	ビジネスモデル	ビジネスモデルの変遷、eビジネスモデル、ビジネスモデル特許
15	総復習とまとめ	全体の重要事項整理、授業アンケート
16	定期試験	総まとめ