

奈良工業高等専門学校		開講年度	令和05年度 (2023年度)		授業科目	ビジネスデザイン	
科目基礎情報							
科目番号		0042		科目区分		一般 / 選択	
授業形態		講義		単位の種別と単位数		学修単位: 2	
開設学科		システム創成工学専攻（電気電子システムコース）		対象学年		専2	
開設期		前期		週時間数		2	
教科書/教材		適宜プリント資料を配付					
担当教員		顯谷 智也子					
到達目標							
【目的】 本講義では、気づきや発想力を促し多面的な思考力を養い、ビジネスモデル構築を通して社会の流れを理解し、ビジネスデザイン力を高めることを目的とする。講義の中では、「ビジネスモデルキャンパス」のフレームワークを活用し、ビジネスモデルの9つの要素（顧客セグメント(CS)、顧客との関係(CR)、チャネル(CH)、提供価値(VP)、キーアクティビティ(KA)、キーリソース(KR)、キーパートナー(KP)、コスト構造(CS)、収入の流れ(RS))を踏まえてビジネスモデルを構築する能力を育成する。							
【到達目標】 1.ビジネスモデルキャンパスのフレームワークについて、理解する。 2.ビジネスモデルキャンパスを活用する上でのメリットを述べることができる。 3.ビジネスモデルキャンパスを活用して、ビジネスモデルを策定することができる。							
ルーブリック							
	理想的な到達レベルの目安		標準的な到達レベルの目安		最低限の到達レベル		未到達レベルの目安
フレームワーク（ビジネスモデルキャンパス）の理解		右記に加え、フレームワークの中で自身の専門分野と関連付けて、どの部分で貢献できるかを説明することができる。		右記に加え、フレームワークを活用した具体例を示すことができ、具体例に沿ってその有効性を述べるることができる。		フレームワークの内容と有効性を述べる事が出来る。	
ビジネスモデル構築能力		テーマに沿って、社会の現状や変化を踏まえ、新規事業として実現性のあるビジネスモデルを提案することができる。		テーマに沿って、新規事業として実現性のあるビジネスモデルを提案することができる。		フレームワークに沿ったビジネスモデル構築ができない。	
学科の到達目標項目との関係							
教育方法等							
概要		本講義では、チームで、身近な問題に対し課題設定を行い、ビジネスモデルキャンパスを用いて、9つの要素の相互関係性を確認しながら、視覚的にビジネスモデル構築を体得する。最終成果としては、チーム毎に作成したビジネスモデルの発表を行う。 ＜実務との関係＞ この科目は、企業でのスマートフォンやタブレットなどの情報機器の開発に携わり管理職経験があり、また加えてMBA（経営管理修士）の専門職学位を有する教員が、その知識と実務経験を活かし授業を進める。					
授業の進め方・方法		本講義では、チームでテーマに沿ってビジネスモデルを構築する。 ビジネスモデル策定においては、「ビジネスモデルキャンパス」のフレームワークを活用し、ビジネスモデルの9つの要素（顧客セグメント(CS)、顧客との関係(CR)、チャネル(CH)、提供価値(VP)、キーアクティビティ(KA)、キーリソース(KR)、キーパートナー(KP)、コスト構造(CS)、収入の流れ(RS))を理解しながら、様々な視点を統合しチームで1つのビジネスプランを構築していく。					
注意点		しなやかエンジニア教育プログラム アドバンストコースを修了するには、本科目に加え「リーダーシップと意思決定」「エンジニアと経営」を履修する必要がある。 ＜事前学習＞ 毎回の授業時にチームで決定した各自の役割分担に基づき作業（資料収集、スライド作成等）を遂行し、次回の授業時に円滑に作業ができるようにする。 ＜事後展開学習＞ チームでの作業となるが、コミュニケーション能力、チームビルディング力に係る役割・作業分担を明確にするために、毎回の講義後に個人の作業振り返りシートを記入・提出する。最終の成績評価には、レポートと毎週の振り返りシートを考慮する。					
学修単位の履修上の注意							
最終レポートは、レポートのテーマとルーブリックに基づいた評価の観点を事前に提示するので、テーマに沿って各自の考えを整理しておくこと。							
授業の属性・履修上の区分							
☒ アクティブラーニング		☒ ICT 利用		☐ 遠隔授業対応		☒ 実務経験のある教員による授業	
授業計画							
		週	授業内容		週ごとの到達目標		
前期	1stQ	1週	ガイダンス		講義概要説明、チーム分け、課題設定		
		2週	ビジネスモデルキャンパス		ビジネスモデルキャンパスとは何か、またそのフレームワークの有効性を理解する。		
		3週	顧客セグメント(CS)		ビジネスを行う顧客グループを定義する。		
		4週	提供価値(VP)		特定の顧客に対して、顧客に対してどのような価値を与えるのかを考え、価値を生み出す製品（サービス）について決める。		
		5週	チャネル(CH)		顧客に製品（サービス）の価値を届けるために、どのようにコミュニケーションを図るかについて決める。		
		6週	顧客との関係(CR)		顧客とどのような関係性を築くかを決める。		
		7週	バリュープロポジションキャンパス		バリュープロポジションキャンパスとは何かを理解し、顧客への提供価値についてバリュープロポジションキャンパスを作成する。		

		8週	キーリソース(KR)	ビジネスモデル実現のために必要な資源（ヒト、モノ、カネ、情報）を決める。
	2ndQ	9週	キーアクティビティ(KA) キーパートナー(KP)	ビジネスモデル実現のために、あなた（の会社）が取り組まなければならない活動と、必要なパートナーを決める。
		10週	コスト構造(CS) 収入の流れ(RS)	誰から、いくら、どのようにお金を得て、商品売るためにどのようなお金がかかるのか、収益性を考える
		11週	最終発表会準備 1	最終発表に向けてビジネスモデルをブラッシュアップする。
		12週	最終発表会準備 2	最終発表に向けてビジネスモデルをブラッシュアップする。
		13週	最終成果発表	作成したビジネスモデルを、チーム毎に発表する。
		14週	講義振り返り	講義からの学んだことを振り返り、チームで共有する。
		15週	学習成果の自己分析	全講義を振り返り、最終課題に沿ってレポートにまとめる
		16週		

モデルコアカリキュラムの学習内容と到達目標

分類	分野	学習内容	学習内容の到達目標				到達レベル	授業週
評価割合								
	期末レポート	発表	継続的な取り組み姿勢				合計	
総合評価割合	40	50	10	0	0	0	100	
フレームワークの理解	20	25	0	0	0	0	45	
ビジネスモデル構築能力	20	25	10	0	0	0	55	
	0	0	0	0	0	0	0	