

1. 科目コード

1290

2. 科目名

M42: ビジネスプロセス演習

3. 担当教員

二見 強史 (Tsuyoshi Futami)

4. 開講期

秋2期

5. 履修要件(前提科目)・重要情報

「1299 ビジネスプロセス特論」を履修していることが望ましい。オンライン履修可

6. 科目の目的・概要

社会貢献が低いとか時価総額が低いなど、社会的に低評価の実際の企業の問題を分析し、改善提案することが最終プレゼンテーションのテーマになります。本論では、このテーマに向けた実際の分析要素を扱います。

7. 授業概要

- 1 オリエンテーション
- 2 有価証券報告書の入手方法、見方(特にXBRLを用いて)
- 3 動かないコンピュータなどのアンチパターン(失敗例)の紹介
- 4 組織変革のための免疫マップとシステム分析のためのメンタルモデルの紹介
- 5 アカウンティングとそのKPI
- 6 マーケティングとそのKPI
- 7 イノベーションのそのKPI
- 8 オペレーションとそのKPI
- 9 組織論とそのKPI
- 10 ファイナンスとそのKPI
- 11
- 12 WEBマーケティングとそのKPI
- 13 動かないコンピュータ、ダークパターンなど
- 14 最新のトピックス
- 15 プレゼンテーション
- 16

8. 教科書

9. 参考書

事例から学ぶビジネスアナリシス,2013,IIBA日本支部

<http://www.iiba-japan.org/know-how/BAds.pdf> からダウンロード可能

参考:動かないコンピュータ(日経コンピュータに随時連載)

10. 科目の学習目標

- (1) 問題の原因の追究と解決へ知識体系を適用できる。
- (2) 答えの見えないところに回答を作り出すのに知識体系を利用できる。
- (3) 問題を発生させないようにすることに知識体系を応用できる。
- (4)
- (5)
- (6)
- (7)
- (8)

11. 本学の教育目標と科目の学習目標との対応

教育目標		学習目標	
高度ICT スキルの修得	基礎的素養		
	専門知識および業務応用力	(1),(2),(3)	
人間力 (=探究力) の修得	自ら強みを磨き続ける力	(1),(2),(3)	
	自ら社会における 課題を発見し、 解決する力	課題設定	(1),(2),(3)
		仮説立案	(1),(2),(3)
		仮説検証	(1),(2),(3)
		実行	(1),(2),(3)
	社会人基礎力	前に踏出す力	(1),(2),(3)
		考え抜く力	(1),(2),(3)
チームで働く力			
職業倫理の修得			

12. 評価方法と配点

学習目標	達成度評価方法と配点					
	期末試験	小テスト	レポート	発表	成果物	その他
(1)			○	○		
(2)			○	○		
(3)			○	○		
(4)						
(5)						
(6)						
(7)						
(8)						
配点			40	60		

13. 評価基準

期末試験	
小テスト	
レポート	時事問題、基礎教養に関するレポート
発表	発表時間(分)×1点を原則とするが、テキストを読むだけの冗長な発表の場合は減点することがある

成果物	
その他	

14. アクティブラーニング(A:行っている B:やや行っている C:行っていない)

授業時間全体に占めるアクティブラーニングの時間的な割合	60 %
1 授業で得られた知識や技能を活用し、出題された問題を解いたり、課題に取り組むなど能動的学習を行う	A
2 グループワークで課題に取り組み、学生同士が自由に発言することで何らかの課題に取り組むなど能動的学習を行う	A
3 能動的学習の成果を発表し、そのフィードバックを得て自ら主体的に振り返り、学習効果を高める	B
4 学生自身が主体となって、授業における学習の方向性を定める	A

15. 備考

討議テーマは、学生からのリクエストを優先します。
毎年必ず討議するテーマは、情報システムの企業価値への貢献です。

16. 授業計画

(注) 授業計画は、あくまでも予定であり、実施時に、適時、追加・変更・修正等が生じる場合があります。

第1回 (オリエンテーション)

(講義と演習90分)

1. 授業の進め方
2. 社会科学の方法論(リサーチ・メソッド)
特に、事例研究の方法論について、
動かないコンピュータの事例研究方法
企業分析の事例研究方法
3. 有価証券報告書の見方など(XBRLとその利活用)

参考

- ビジネス分析に必要な経済学(マイクロ経済学、マクロ経済学、ゲーム理論)
 - ビジネス分析に必要な数学・統計学(線形計画法、シミュレーション、ベイズ統計学など)
 - アカウンティング(財務会計と管理会計)のKPIとして
利益率(粗利、営業、経常、NOPAT、EBITDA)、包括利益、ROA、ROE、CCCなど)
 - マーケティング(コトラーのマーケティング1.0～5.0まで)のKPIとして
市場シェア、認知率、配架率、NPS、SQLほか
 - WEBマーケティング(主としてGoogleAnalytics)のKPIとして
CPA、LTV、継続率、直帰率、コンバージョン率、有償転換率など
 - オペレーションのKPIとして
スループット(制約理論)、稼働率、不良率、EVMなど
 - ファイナンスのKPIとして
フリーキャッシュフロー、WACC、NPV、ROIC、EVAなど
- その他、組織論(主としてH. A.Simon)やイノベーションのトピックスを扱います。
上記を基本としますが、学生の希望するテーマがあれば上記のテーマに変えて追加します
-

第15回 (発表会)

(発表と講評で180分)

発表テーマは、ここ数年「いけてない会社(時価総額の低い会社)を救え！」にしていますが、学生のリクエストを優先します。
