

科目名（英文表記）	ビジネスプランニング I（Business Planning I）		
科目区分	実践科目	単位数	2 単位
担当教員名	内田純一・齋藤一朗・藤原健 祐・（非）井馬智行・（非） 太田 稔・（非）奥田和重	ナンバリング	MBA_P_BP 5411
研究室番号	内田（513） 齋藤（340） 藤原（418）	研究室電話番号	内田（27-5389） 齋藤（27-5345） 藤原（27-5492）
Eメール・アドレス	内田（uchida@res.otaru-uc.ac.jp） 齋藤（ichiro@res.otaru-uc.ac.jp） 藤原（k-fujiwara@res.otaru-uc.ac.jp）		

**授業の内容及び方法：**次頁以降に記載

**授業の目的：**

本授業では、基本科目や基礎科目で学習した多様な知識や分析・デザインスキルを前提として、次の二点を到達目標として置いています。

- ① 各種の分析フレームワークやスキルを、リアルなビジネスプラン策定の中で「合理的・整合的に用いる」センスと実践的な能力を身につけること。
- ② 実現可能性が高く、他者に対する強い説得力を有するプランを策定し仕上げるための「練り上げ／練りこみ」プロセス（プランニングのための分析・検討・立案をくり返すことによるプランの品質向上のプロセス）の必要性を理解し習熟すること。

授業では、これら二点を達成するために、あらかじめ提示したテーマに沿って、“ターゲティング”や“顧客に提供する価値”“価値の提供の仕方”など一連のビジネスプロセスを盛り込んだプランニングを3～4名前後のグループで取り組みます。

具体的には、皆さんが着想したビジネスアイデアを基に、ビジネスコンセプトの構築、業界／競合や市場／顧客に関わる認識、当該事業を成功に導くための戦略構築や将来的な成長を展望したフェーズ計画を構想し、それらを「事業計画書」として取りまとめます。

この授業を通して身につけてもらいたい主な分析能力と創発的能力・センスは、“ビジネスアイデア／ビジネスコンセプトの想定”“業界構造分析”“市場分析・ターゲティング”“価値連鎖分析”“SWOT分析”“戦略構築”“ビジネスフローの設計”“財務予測”などです。

**使用教材：**

テキスト：小樽商科大学ビジネススクール編『MBAのためのビジネスプランニング 改訂版』同文館出版, 2012年

小樽商科大学ビジネススクール編『MBAのためのビジネスプランニング手法』同文館出版, 2010年

上記以外の参考文献ならびに授業時に使用する各種資料等については、随時、manaba上にアップロードします。

**成績評価の方法：**

成績評価の評点配分については、以下の通りです。

出席点 : 0%

**【個人ごとの評価】**

授業への参加・貢献度（ディスカッサント講評） : 20%

**【グループごとの評価】**

モジュール1・2・3の事後課題（それぞれ順に12%+13%+15%） : 40%

モジュール4の後のプラン最終版 : 40%

評価に不服のある場合には、不服申立書を以て教務委員長に申し出てください。

**履修上の注意事項：**

- ① 授業は基本的に、本シラバスの記載内容に即して行いますが、変更の必要が生じた場合や別途の指示、事前・事後課題の詳細等につきましては、manaba上に掲載します。
- ② 成績評価上、5時限以上欠席すると自動的に不可となるので注意してください。
- ③ なお、モジュール4の授業は、試験相当時間（1時限）分を併合し、10：30～17：40の時間帯で行います。
- ④ 本授業では、履修者相互の気づき・啓発を目的として「ディスカッサント（Discussant：討論者）」制度を導入します。すなわち、各グループに対しては、予め複数のディスカッサント（他のグループに属する履修者）を設定し、当該グループのプレゼンテーションおよび作成資料に対するコメントを義務付けます。なお、提出された「ディスカッサント講評」については“授業への参加度”として評価し、個人別の成績に反映します。
- ⑤ 本授業では、グループワークにおけるフリーライダーを抑止するため、ディスカッションにおいて教員が、回答者を指名したうえで、質問する場合があります。
- ⑥ 本授業のグループワーク活動の一環として、学外の方（例えば、OBSのOBやOG等）にインタビューなどを依頼する場合には、社会人としてのビジネスマナーを守り、決して先方に迷惑をかけたりすることのないように充分配慮してください。このような訪問を行う場合、自分の勤める会社の名刺ではなく、OBSの大学院生としての名刺を用意されることをお勧めします。