

学科名		学年	授業のタイトル（科目名）	
工業専門課程 Webスペシャリスト科		2	デジタルビジネス分析Ⅱ	
授業の種類		授業担当者	実務経験	
☒ 講義 ☐ 演習 ☒ 実習		山邊 安則	☒ 有 ☐ 無	
[実務経験歴]				
約10年間、本学および他の専門学校にて音楽制作の講師を務める。 その後、飲食店の経営や不動産業で宅地建物取引士に従事。 現在、飲食店の経営指導や電子書籍出版をおこなっている。				
単位数（授業の回数）		時間数☒	配当時期	必修・選択
2 単位 （ 30 回 ）		60 時間	☐ 前期 ☐ 後期 ☒ 通年	☐ 必修 ☒ 選択
[授業の目的・ねらい]				
本授業では、学生が自らのアイデアをもとにネットショップ、飲食店、小売店などの事業を企画・設計し、実現可能なビジネスプランを作成することを目指します。商品・サービスの選定、顧客ターゲットの設定、価格戦略、店舗設計、PR方法、収支計画など、事業に必要な要素を段階的に学びながら、最終的には自分だけのオリジナル店舗企画をプレゼンテーションすることがゴールです。				
[授業全体の内容の概要]				
この授業では、ネットショップ・飲食店・小売店舗の開業を想定した企画演習を中心に進行します。マーケティング理論、競合分析、ターゲティング、デザイン、財務シミュレーション、販促・集客戦略などを学びながら、実際に企画立案から店舗設計、プレゼンテーションに至るまでをグループまたは個人で行います。実践的なフィールドワークや事例分析も取り入れ、学生の主体性を重視した能動的な学習を促進します。最終回ではビジネスプラン発表会を実施し、相互評価と講評を通				
[授業終了時の達成課題(到達目標)]				
創造力と現実性を両立させた思考力を養い、将来の起業や企画職に生かせる力の習得				
[準備学習の具体的な内容]				
毎授業ごとに復習の有無の確認を行い、講義・実習を進める。授業終了時には、講義内容の確認と次回の授業内容を説明し、復習・予習ができるようにする。また、長期休みの時は、課題を実施する。				
[使用テキスト]			[単位認定の方法及び評価の基準]	
使用テキスト なし 参考文献 必要に応じて授業の中で紹介する。			定期試験と出席日数の両方が次の規定に達した場合に認定する。 ・試験の点数は60点以上を合格点とする。 ・全出席日数の4分の3以上の出席が必要。 評価基準 定期試験80%、平常点（出席、講義の参加度）20%とする。	
[授業の日程と各回のテーマ・内容・授業方法]				
1回	オリエンテーション☒授業概要と目的の説明			
2回	起業とは何か ☒舗ビジネスの特徴と魅力			
3回	ビジネスアイデア発想法☒アイデア出しワーク			
4回	企画テーマの選定☒店舗ジャンル・商品決定			
5回	ターゲット設定☒ペルソナの作成演習			

6回	市場調査の方法☒フィールドワーク準備
7回	フィールドワーク①☒競合店舗の視察・調査
8回	フィールドワーク② ☒ユーザー調査・ヒアリング
9回	SWOT分析・3C分析☒企画の強み・課題を分析
10回	コンセプト設計☒ブランドメッセージと価値提案
11回	商品・サービス開発 ☒品ラインナップの検討
12回	価格設定と収支の基本☒コスト構造と利益予測
13回	店舗デザイン・レイアウト☒図面・イメージ作成演習
14回	ネットショップ構成☒UI/UXと商品ページ設計
15回	中間発表① ☒画概要のプレゼン（前半）
16回	中間発表②☒企画概要のプレゼン（後半）
17回	フィードバックと改善☒教員・学生からの助言を反映
18回	広告・PRの基本☒SNS・チラシ・Web広告戦略
19回	店舗立地と出店戦略☒エリア特性の考察
20回	売上予測と資金計画☒資金調達・収支シミュレーション
21回	事業計画書の構成☒各章の書き方と要点整理
22回	収支計画の詳細化☒初期費用・運営コスト見積もり
23回	パッケージデザイン・POP☒視覚的ブランディング
24回	ネーミングとロゴ設計☒アイデンティティの構築
25回	模擬プレゼン準備①☒資料構成とストーリーづくり
26回	模擬プレゼン準備②☒リハーサルと修正
27回	最終プレゼン①☒実践発表会（前半グループ）
28回	最終プレゼン② ☒実践発表会（後半グループ）
29回	相互評価と振り返り☒各自の評価と反省点の整理
30回	授業総括☒最終講評・今後の展望