

| | | | | | | |
|-------------|---|-----|-------|---|-----|---|
| 授 業 科目名 | 情報法Ⅲ | 選 択 | 開講年次 | 3 | 単位数 | 2 |
| 科目区分 | 専門科目 | | | | | |
| サブ タイトル | 電子商取引（１）B2C および C2C | 担当者 | 吉田 一雄 | | | |
| 講義概要 | <p>【概要】 電子商取引法のうち、いわゆる B2C(Business to Consumer)および C2C(Consumer to Consumer)を取り扱う。電子商取引分野は、その性質から、従来の法原則をそのまま適用することが困難なさまざまな問題を抱えており、またボーダレスな取引に加えて、ビジネスモデルもますます多様化があるが、本講義では可能な限りさまざまな取引形態に対応した形で説明を試みる。</p> <p>【到達目標】 電子商取引において、賢明な消費行動を選択できる法に関する理解と、逆に企業側の立場からビジネスモデルにさまざまな法的配慮ができることを目標とする。</p> | | | | | |
| 履修条件 | 大学の PC の ID を利用可能としておくこと。 (また、2 年次生の希望者にも履修を認める。) | | | | | |
| 教科書・ 参考書 | <p>【教科書】経済産業省「電子商取引および情報財取引等に関する準則」（最新版をネットからダウンロードするように授業において指示する。）</p> <p>【参考書】「これだけは知っておきたい中国ネット通販成功の方法」吉田一雄監修・総合法令出版・ ¥1500</p> | | | | | |
| 授業回数 | 内容 | | | | | |
| 1 | 電子商取引の意義 | | | | | |
| 2 | B2B、B2C、C2C、B2G の概念 | | | | | |
| 3 | 電子商取引関連法制の世界的取り組み | | | | | |
| 4 | なりすましと認証 | | | | | |
| 5 | 契約の成立時期（e-mail モデルと Web モデル） | | | | | |
| 6 | 消費者保護 | | | | | |
| 7 | 履行と決済 | | | | | |
| 8 | 証拠と e 文書 | | | | | |
| 9 | 利用規約 | | | | | |
| 10 | 錯誤と価格誤表示 | | | | | |
| 11 | Shop モデルと mall モデル | | | | | |
| 12 | ネット・オークション | | | | | |
| 13 | 国際間電子商取引と管轄・準拠法 | | | | | |
| 14 | ADR と各種マーク制度 | | | | | |
| 15 | まとめ | | | | | |
| 評価方法 | 期末試験のみを評価対象とする。 | | | | | |
| 評価基準 | 対消費者電子商取引にあたって法的な留意点とその解決方法が理解され、ショップ運営が可能な水準を「A」、ユーザーとして十分安全に利用できる水準を「B」、一般的理解の水準を「C」、法的問題点が理解できていない水準を「D」、全く無理解を「E」とする。 | | | | | |
| その他 | 様々なビジネスモデルに対応した文献が希少であり、かつ現場にいないと理解が難しいので、授業への出席を要する。また、社会環境の変化によっては、シラバス内容の入れ替えがある。 | | | | | |