

講義名	流通・マーケティング演習		
科目区分	演習科目		
担当教員	清水 信年		
開講期・曜日・時限	通年 月曜日 3時限		
	2018年度 大学院(修士課程) 修士課程(修士論文作成コース) / 2017年度 大学院(修士課程) 修士課程(修士論文作成コース) / 2016年度 大学院(修士課程) 修士課程(修士論文作成コース) / 2015年度 大学院(修士課程) 修士課程(修士論文作成コース)		
履修開始年次	2年生	単位数	6
		講義コード	13502

主題と概要

本講義は、流通・マーケティング研究分野における研究及び教育を遂行していくにあたり、その基礎となる知識・能力を形成することを目的とする。

流通・マーケティング研究分野での研究・教育にあたっては、流通システムの構造や変動、また企業のマーケティング行動をミクロとマクロ、あるいはグローバルな視点から読み解く知識・能力が求められる。

本講義では、各受講者がこうした知識・能力をより高次のものとするために必要な課題を選定し、文献レビューとディスカッションを行うことを通して、各受講者が、研究・教育を遂行していくために求められる基礎力を形成することを目指していく。

到達目標

- ・ 流通・マーケティング研究分野における研究・教育を進めていくための基礎として、流通システムの構造や変動、また企業のマーケティング行動を、ミクロとマクロ、あるいはグローバルな視点から読み解いていくための、より高次の知識が身についている。
- ・ 流通・マーケティング研究に関する諸論点の理解のもと、博士後期課程における研究を遂行していくためのより高次の能力が身についている。

提出課題

授業中の課題レポート

評価の基準

下記の項目を中心に、総合的に評価する。

- ・ 授業中の課題レポート (40%)
- ・ 講義への参加度 (30%)
- ・ 議論の内容 (30%)

履修にあたっての注意・助言他

- ・ 本科目は「流通・マーケティング研究分野Jの専攻科目である。
- ・ 履修にあたっては、「流通・マーケティング特殊研究A」と「流通・マーケティング特殊研究B」をセットで履修すること。
- ・ 講義の進め方や使用する文献、また、評価方法等についての具体的な説明は各期の初回の授業に行く。その際、受講状況等に鑑み、シラバスの内容について、調整・変更を行うことがあるので、初回の授業から、しっかりと参加すること。
- ・ 担当教員については、上記記載の教員の内から 1名が担当する。なお、受講状況により、複数クラスの開講となることがあるので、開講クラスに留意するとともに、どのクラスを履修するかについては、演習科目指導教員と相談のうえ決定すること。

教科書

.適宜、指示する。.

プリント資料及び参考文献

適宜、指示する。

授業計画

- 【前期】
- 1 前期ガイダンス
 - 2 流通研究分野における主要テーマ (1)
 - 3 文献レビュー (1)-1
 - 4 文献レビュー (1)-2
 - 5 文献レビュー (1)-3
 - 6 流通研究分野における主要テーマ (2)
 - 7 文献レビュー (2)-1
 - 8 文献レビュー (2)-2
 - 9 文献レビュー (2)-3
 - 10 流通研究分野における主要テーマ (3)
 - 11 文献レビュー (3)-1
 - 12 文献レビュー (3)-2
 - 13 文献レビュー (3)-3
 - 14 流通研究分野における研究の展望
 - 15 まとめ
- 【後期】
- 1 前期ガイダンス
 - 2 マーケティング研究分野における主要テーマ (1)
 - 3 文献レビュー (1)-1
 - 4 文献レビュー (1)-2
 - 5 文献レビュー (1)-3
 - 6 マーケティング研究分野における主要テーマ (2)
 - 7 文献レビュー (2)-1
 - 8 文献レビュー (2)-2
 - 9 文献レビュー (2)-3
 - 10 マーケティング研究分野における主要テーマ (3)
 - 11 文献レビュー (3)-1
 - 12 文献レビュー (3)-2
 - 13 文献レビュー (3)-3
 - 14 マーケティング研究分野における研究の展望
 - 15 まとめ

予習・復習

備考