

講義名	商業起業論（マーケティング学科）		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	秦 洋二		
開講期・曜日・時限	前期 月曜日 4時限		
	2017年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2017年度 人間社会学部 観光学科 / 2017年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2017年度 経済学部 経済情報学科 / 2017年度 経済学部 経済学科 / 2017年度 商学部 マーケティング学科 / 2017年度 商学部 経営学科 / 2016年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2016年度 人間社会学部 観光学科 / 2016年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2016年度 経済学部 経済情報学科 / 2016年度 経済学部 経済学科 /		
履修開始年次	3年生	単位数	2
		講義コード	14036

主題と概要

われわれの身近にある流通の現実には、長い歴史の中で起きてきた様々な商業革新（たとえば百貨店の誕生など）によって絶えず変化している。本講義では現在の商業革新がどのように生まれてきているのかを理解することを目的とする。

新しいビジネスは、最先端の科学技術からのみ生み出されるわけではない流通段階でも革新的なビジネスは次々と生み出されている。本講義が焦点を当てる「商業起業」とはそうした革新的な事業者の行為を意味している。本講義では流通についての基礎知識や理論・分析枠組みについてのレクチャーに加えて、商業起業についての具体的事例を数多く取り上げることで、より実践的な知識の獲得を目指す。

到達目標

- ・商業起業に関する基礎理論・分析枠組みを身につける。
- ・商業起業の具体的事例から、商業起業に必要な企業家精神について学ぶ。

提出課題

必要な場合、適宜指示する。

評価の基準

中間試験（もしくは中間レポート試験）	20点
期末試験（もしくは期末レポート試験）	60点
小レポート・発言点	20点

履修にあたっての注意・助言他

講義中の私語は厳禁。

教科書

.使用しない。.

プリント資料及び参考文献

- ・ 毎回プリントを配付する。
- 石原武政・竹村正明編(2008)『1からの流通論』中央経済社。
高嶋克義(2002)『現代商業学』有斐閣。

授業計画

- 1 ガイダンス
- 2 商業とは何か
- 3 小売商業の構造
- 4 卸売商業の構造
- 5 情報化による流通革新
- 6 新しい業態の登場
- 7 変化する小売業
- 8 小売業者による製版統合
- 9 小売業者によるPB開発
- 10 オムニチャネル
- 11 フードデザート問題
- 12 講義パートの復習とガイダンス
- 13 ケーススタディ
- 14 ケーススタディ
- 15 ケーススタディ

予習・復習

予習：テキスト及び事前配付資料を読み込む（1～2時間程度）
復習：配付資料を確認し、関連文献を渉猟する（1～2時間程度）

備考

受講人数等を勘案して内容の一部を変更することがある。その場合は講義中に指示する。