

講義名	リテールマネジメント概論（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	東 利一		
開講期・曜日・時限	後期 火曜日 3時限		
	2018年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2018年度 人間社会学部 観光学科 / 2018年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2018年度 経済学部 経済情報学科 / 2018年度 経済学部 経済学科 / 2018年度 商学部 マーケティング学科 / 2018年度 商学部 経営学科 / 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 /		
履修開始年次	2年生	単位数	2
		講義コード	23095

主題と概要

この講義は、スーパーマーケットの事例をもとに、小売企業の存在理由や特徴、マネジメントなどについて学んでいきます。
 ケースと理論を組み合わせながら、1回1回の授業をまとまりのあるストーリーとして、小売のマネジメントを理解できるように進めていきます。
 授業の終わりに、授業内容定着のために「リアクションペーパー」を書いてもらいます。

この講義は、他のリテールマネジメント関連科目の基礎になるという意味でとても重要です。そのため、皆さんがリテールマネジメントの知識を確実に増やすことに重点を置きます。

到達目標

この講義は以下の3点を到達目標とします。
 リテールマネジメントの基本概念を身につける。
 リテールマネジメントの基本要素の関連を理解できる。
 現実の小売企業の活動の中でどのようなマネジメントが行われているかを理解できる。

提出課題

期間中に適宜レポートを課します。

評価の基準

課題レポートと定期試験によって評価します。
 ・課題レポート：40点
 ・期末試験：60点

履修にあたっての注意・助言他

課題（レポート）の評価比率は大きいです。提出忘れのないように気をつけて下さい。
 レポートの課題は教科書を基に出題します。教科書の内容を外したレポートはほとんど評価されません。必ず教科書を購入して下さい。
 リアクションペーパーは試験に直結します。しっかり予習をして授業を受けて作成して下さい。
 日ごろから小売業の店頭などを関心をもって観察し、自分の頭で考えるように習慣づけるようにして下さい。特に、講義やテキストと異なる企業行動をみつけたら、是非教員に質問して下さい。
 授業資料を大学の電子掲示板から事前に入手して、教科書を予習して授業に臨んで下さい（プリントアウトの仕方に注意すること！）。
 遅刻・私語は厳禁です。スマートフォンの電源はオフにしてください。机の上には授業に関係あるものだけを置いてください。一生涯に学べる環境を作っていきましょう。

教科書

1からのリテールマネジメント、	清水信年編著	中央経済社	2,400円(税別) 978-4-502-

プリント資料及び参考文献

講義用資料、は流科ポータルからダウンロードしてください。
 参考文献は、必要に応じて随時紹介する。

授業計画

- 1 小売業の存在意義
- 2 個人商店とスーパーの違い
- 3 顧客起点の小売経営
- 4 リテールマネジメントの要諦
- 5 品揃えのマネジメント
- 6 売り場のデザイン
- 7 バックヤードのデザイン
- 8 取引関係とロジスティクスのマネジメント
- 9 小売業の商品開発
- 10 価格政策
- 11 顧客情報の活用
- 12 店舗立地と商圈分析
- 13 人材育成・人材活用
- 14 ネットスーパー
- 15 国際展開

予習・復習

【予習】事前に教科書を読んで、理解できたところと理解できなかったところを明確にしてきてください。また、授業中のリアクションペーパー作成のためにも、必ず予習をしてください。
 【復習】授業中に強調されたところを中心に、レジュメと教科書を読み直してください。

備考

シラバスに変更がある場合は、1回目の授業時にお知らせします。