

講義名	リテールマネジメント概論			授業形態	
担当教員	梶田 真生	開講期・曜日・時間	後期 金曜日 2時限		
		単位数	2	履修開始年次	2年生

主題と概要

この講義は、小売企業の存在意義や特徴、およびマネジメントの方法について学んでいきます。ケースと理論を組み合わせたうえで、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。また歴史的に重要なケースから最新のケースまでを取り扱い、小売マネジメントの「過去、現在、未来」を学びます。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える意味でも重要です。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

- (1)リテールマネジメントの基礎概念や理論を身につける。
- (2)現実の小売企業がどのようなマネジメントを行っているかを理解できる。
- (3)学んだ概念や理論を通じて、現実の小売企業のマネジメントを説明できる。

提出課題

授業の理解度を確認するために、毎週、授業内容に関するレポートと質問の作成を課します。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

優れたレポートや質問は授業中に取り上げ、加点の対象とします。

評価の基準

レポート課題：50％
 期末試験：50％

履修にあたっての注意・助言他

授業中の私語、妨害行為、迷惑行為は厳禁です。注意してもやめない場合、減点対象とします。

教科書

.使用しない。

参考図書

.はじめの流通 新版	崔容黒・原稔利・東伸一	有斐閣ストゥディア	2200	4641151032
.小売経営論	高嶋克義・高橋郁夫	有斐閣	2860	4641165653

その他

授業計画

授業計画の概要は下記の通りです。

- 1.オリエンテーション、小売業の存在意義
- 2.小売業の役割
- 3.代表的な小売業態
- 4.代表的な小売業態
- 5.小売企業を支える卸売企業
- 6.仕入活動の管理
- 7.プライベートブランド
- 8.販売活動の管理（店舗レイアウト、品揃え、価格）
- 9.販売活動の管理（販売促進、サービス）
- 10.小売企業戦略
- 11.消費者の買物行動
- 12.EC（オンライン販売）
- 13.オムニチャネル
- 14.小売業の国際化
- 15.全体のまとめ

第1回：オリエンテーション、小売業の存在意義
 予習内容：シラバスを熟読し、リテールマネジメント（小売経営）の意味を調べる（120分）
 復習内容：課題レポートの作成（120分）

第2回：小売業の役割
 予習内容：小売業の社会的役割（なぜ存在するのか）について調査し、自分の考えをまとめる（120分）
 復習内容：課題レポートの作成（120分）

第3回：代表的な小売業態
 予習内容：食品スーパーとコンビニエンスストアの経営方法について調べる（120分）
 復習内容：課題レポートの作成（120分）

第4回：代表的な小売業態
 予習内容：百貨店、総合スーパー、ディスカウントストアの経営方法について調べる（120分）
 復習内容：課題レポートの作成（120分）

第5回：小売企業を支える卸売企業
 予習内容：卸売企業の社会的役割と具体的な企業事例について調べる（120分）
 復習内容：課題レポートの作成（120分）

第6回：仕入活動の管理
 予習内容：小売企業の仕入活動について調べる（120分）
 復習内容：課題レポートの作成（120分）

第7回：プライベートブランド
 予習内容：プライベートブランドの意味と具体例について調べる（120分）
 復習内容：課題レポートの作成（120分）

第8回：販売活動の管理（店舗レイアウト、品揃え、価格）
 予習内容：優れた小売企業の店舗、品揃え、価格について調べる（120分）
 復習内容：課題レポートの作成（120分）

第9回：販売活動の管理（販売促進、サービス）
 予習内容：優れた小売企業の販売促進とサービスについて調べる（120分）
 復習内容：課題レポートの作成（120分）

第10回：小売企業戦略
 予習内容：優れた小売企業の戦略について調べる（120分）

授業形態（アクティブ・ラーニング）

ア：PBL（課題解決型学習）	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
キ：その他（A/L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

リテールマネジメントにおける重要な概念や理論、および事例を学修することで、以下のディプロマ・ポリシーの達成に貢献する。
 ・マーケティング動向、流通業界及び関連業界の動向や問題点を理解するための基礎知識を身につけ、これをもとに、マーケティング、ブランド戦略、小売業界、流通に関する問題探求、課題提案ができる。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

実務経験の有無及び活用

備考