

講義名	マーチャンダイジング論			授業形態	
担当教員	梶田 真生	開講期・曜日・時限	前期 木曜日 4 時限		
		単位数	2	履修開始年次	2 年生

主題と概要

マーチャンダイジングとは、小売企業が、どのような商品を、どこから、いくらで仕入れて、どこで、どのように販売するかを計画し実行することです。近年、競争が激化する小売業において、効果的かつ効率的なマーチャンダイジングを行うことはますます重要になってきています。本講義では、小売業のマーチャンダイジングにおける重要な理論を学ぶとともに、最新のマーチャンダイジングの事例を学びます。

到達目標

- (1)小売企業のマーチャンダイジングにおける基礎概念や理論を身につける。
- (2)学んだ概念や理論を通じて、現実の小売企業のマーチャンダイジングを理解し、分析できる。

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は減点対象とします。

教科書

.使用しない。

参考図書

.小売経営論。 高嶋克義・高橋郁夫 有斐閣 2880 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
- 2.マーチャンダイジングの基本的な考え方
- 3.小売企業の業態
- 4.小売企業の経営形態
- 5.小売企業の組織
- 6.仕入管理
- 7.商品発注量と在庫管理
- 8.販売活動の管理（店舗レイアウト、品揃え）
- 9.販売活動の管理（価格設定）
- 10.販売活動の管理（販売促進、サービス）
- 11.成長指標の管理
- 12.マーチャンダイジングの情報化
- 13.EC（オンライン販売）
- 14.オムニチャネル
- 15.全体のまとめ

第1回：オリエンテーション
予習内容：シラバスを熟読し、授業の概要をつかむ（120分）
復習内容：課題レポートの作成（120分）

第2回：マーチャンダイジングの基本的な考え方
予習内容：小売業の存在について自分なりの考えをまとめる（120分）
復習内容：課題レポートの作成（120分）

第3回：小売企業の業態
予習内容：業態の意味を調べ、代表的な小売業態の特徴をまとめる（120分）
復習内容：課題レポートの作成（120分）

第4回：小売企業の経営形態
予習内容：チェーン小売企業の経営形態について調べる（120分）
復習内容：課題レポートの作成（120分）

第5回：小売企業の組織
予習内容：小売企業にどのような部門があるかを調べる（120分）
復習内容：課題レポートの作成（120分）

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

第7回：商品発注量と在庫管理
予習内容：小売企業の在庫管理の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8回：販売活動の管理（店舗レイアウト、品揃え）
予習内容：成長している小売企業の店舗レイアウトと品揃えについて調べる（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（価格設定）
予習内容：成長している小売企業の価格設定の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10回：販売活動の管理（販売促進、サービス）
予習内容：成長している小売企業の販売促進とサービスの内容について調べる（120分）
復習内容：課題レポートの作成（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

マーチャンダイジングの諸概念とそれに関する諸事例を理解・学習することで、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索、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