

講義名	流通概論			授業形態	
担当教員	梶田 真生	開講期・曜日・時間	後期 金曜日 3 時限		
		単位数	2	履修開始年次	1 年生

主題と概要

当科目は、全学必修科目である「流通科学入門」と一体となった講義です。「流通科学入門」において流通・マーケティングの問題に気づいていただき、それを学部専門科目においてどのように深く学ぶことが出来るのか、その構想となるのが本講義です。
身近な事例を深く知ることを通じて、流通・マーケティングに関する事象や課題について理解するための基礎的概念を学びます。当科目を履修して流通・マーケティングに対する関心を高めた受講者が、さらに高度な知識や分析能力を身につける専門課程の自科目を学ぶための基盤づくりとなります。

到達目標

マーケティング、流通、およ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る。
マーケティング、ブランド、小売、流通に関する問題探索や課題提案ができる。
これらの目標は本学のディプロマポリシーとも合致しています。

提出課題

中間レポートと期末レポートで評価します。

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

通常授業では、課題などは課しませんが、理解を深めることを目的として、中間レポート後に解説を行います。

評価の基準

中間レポート 50%
期末レポート 50%

履修にあたっての注意・助言他

当科目は、「流通科学入門」と一体となった講義です。したがって、すでに「流通科学入門」を履修する（もしくは、この二つの講義を同期に受講する）ことが前提となった講義内容であることを留意ください。
履修登録自体は、「流通科学入門」を修得していなくても可能です。

教科書

.使用しない。

参考図書

.なし。

その他

毎回の講義において、事前に読むべき資料があります（「流通科学入門」と同じ資料です）。各自でダウンロードし、予習したうえで講義に臨んでください。

授業計画

授業計画の概要は下記の通りです。
なお、各授業に対応するリサーチノートは下記から閲覧できます。
(<https://www.umds.ac.jp/facility/msi/r-note-list/>)

1. オリエンテーション
2. 目の前に広がる流通の世界
3. 商店街と大型店
4. コンビニとドラッグ・ストア
5. 小売業で活躍する人材
6. モノとサービス
7. 実店舗とバーチャル店舗
8. ブランド
9. 流通とマーケティング
10. ITの発展と流通・マーケティング
11. インターネットのコミュニティ
12. グローバルとローカル
13. ソーシャル・マーケティング
14. まちづくりと商業
15. まちを歩いてみよう

第1回：オリエンテーション
予習内容：シラバスを熟読し、授業内容を確認する（120分）
復習内容：授業内容を復習し、理解を深める（120分）

第2回：目の前に広がる流通の世界
予習内容：リサーチノート第1章を読む（120分）
復習内容：授業内容を復習し、理解を深める（120分）

第3回：商店街と大型店
予習内容：リサーチノート第2章を読む（120分）
復習内容：授業内容を復習し、理解を深める（120分）

第4回：コンビニとドラッグ・ストア
予習内容：リサーチノート第3章を読む（120分）
復習内容：授業内容を復習し、理解を深める（120分）

第5回：小売業で活躍する人材
予習内容：リサーチノート第4章を読む（120分）
復習内容：授業内容を復習し、理解を深める（120分）

第6回：モノとサービス
予習内容：リサーチノート第5章を読む（120分）
復習内容：授業内容を復習し、理解を深める（120分）

第7回：実店舗とバーチャル店舗
予習内容：リサーチノート第6章を読む（120分）
復習内容：授業内容を復習し、理解を深める（120分）

第8回：ブランド
予習内容：リサーチノート第7章を読む（120分）
復習内容：授業内容を復習し、理解を深める（120分）

第9回：流通とマーケティング
予習内容：リサーチノート第8章を読む（120分）
復習内容：授業内容を復習し、理解を深める（120分）

第10回：ITの発展と流通・マーケティング

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

本講義は、本学ディプロマポリシーの「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」人材に求められる資質・能力を身につけるという方針に沿って、特に「論理的思考力を持った人材育成」に資することを念頭において講義を構成している。

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

状況により授業内容がシラバスの内容から変更する可能性があります。