

講義名	対)商業起業論(マーケティング学科)			
担当教員	秦 洋二			
開講期・曜日・時限	前期 木曜日 2時限	授業形態	講義	
履修開始年次	2年生	単位数	2	備考
主題と概要				
<p>【対面授業・オンライン共通】 われわれの身近にある流通の現状は、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。</p>				
到達目標				
<p>【対面授業・オンライン共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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				
<p>【対面授業・オンライン共通】 必要な場合、適宜指示する。</p>				
課題(レポートや小テスト等)に対するフィードバック				
<p>【対面授業・オンライン共通】 講義中に解説を行う。</p>				
評価の基準				
<p>【対面授業・オンライン共通】 中間試験(もしくは中間レポート試験) 50点 期末試験(もしくは期末レポート試験) 50点</p>				
履修にあたっての注意・助言他				
講義への積極的な参加を求めます。				

教科書					
.使用しない。					
プリント資料及び参考文献					
<p>【対面授業・オンライン共通】</p> <p>【参考文献】 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。</p>					
授業計画					
<p>【対面授業・オンライン共通】</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 小売業者による製販統合 9 小売業者によるPB開発 10 オムニチャネル 11 ブランドチャート問題 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 					
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)					
準備学修(予習・復習等)の具体的な内容及びそれに必要な時間					
<p>【対面授業・オンライン共通】 予習:テキスト及び事前配布資料を読み込む(2時間程度) 復習:配布資料を確認し、関連文献を渉猟する(2時間程度)</p>					
卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連					
<p>【対面授業・オンライン共通】 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。</p>					
双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述					
本講義は原則対面で行いますが、通学困難者向けに別途オンライン講義対応を行います。詳細は講義連絡を確認してください。					
実務経験の有無及び活用					
備考					