

講義名	流通概論			
担当教員	村尾 俊一			
開講期・曜日・時限	後期 月曜日 4時限		授業形態	講義
履修開始年次	1年生	単位数	2	備考
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できるのか、その機微し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各科目を学ぶための基盤づくりとなります。 当科目を履修することで、各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ことができます。また企業経営の仕組みや組織行動、マーケティングについて自ら考え理解するきっかけとなります。また、世の中の動きを理解して、現代社会の諸問題への理解も深まり、DPの達成に貢献することになります。				
到達目標				
流通・マーケティング論に関する基礎的な専門用語の理解を身につける。				
提出課題				
中間試験と期末試験を実施します。（または中間レポートと、期末レポート。）				
課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック				
通常授業では、課題や小テストなどを、理解を深めるために実施します。				
評価の基準				
中間試験（または中間レポート）50% 期末試験（または期末レポート）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。				
プリント資料及び参考文献				
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				
1. 目の前に広がる流通の世界 2. 商店街と大型店 3. コンビニとドラッグ・ストア 4. 小売業で活躍する人材 5. 店舗での顧客との接点と役割 6. 実店舗とバーチャル店舗 7. 中間試験 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				
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				
* 各回の講義資料「のぞいてみよう流通の世界」の予習：各1時間×14回＝14時間 * 各回の講義内容の復習：各30分×15回＝7時間30分 * 中間レポートの作成：4時間 * 期末レポートの準備：4時間30分 合計 30時間				
卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連				
2020年度は、入力不要				
双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述				
なし				
実務経験の有無及び活用				
実務経験あり。世界一のマーケティングコミュニケーション企業WPPの主要会社J.ウォルター・トンプソン社（現ワンダーマントンプソン）において、30年以上営業部門とクリエイティブ部門の業務経験があります。広告、広報、戦略、クリエイティブ、イベント、プロモーション等の実務経験を、授業に活用します。				
備考				
新型コロナウイルス感染症の状況により、シラバスの修正がある場合があります。 新型コロナウイルスの感染者、濃厚接触者とうにより通学が困難となった場合、レポート課題等を実施予定です。				