

講義名	流通概論		
担当教員	綿貫 真也		
開講期・曜日・時限	後期 水曜日 2時限	授業形態	講義
履修開始年次	1年生	単位数	2
主題と概要			
<p>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、その境涯となるのが本講義です。</p> <p>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礎づくりとなります。</p>			
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。			
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、課題などは課しません。理解を深めることを目的として、中間試験後に試験の解説を行います。			
評価の基準			
中間試験 50% 期末試験 50%			
履修にあたっての注意・助言他			
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>当科目では出席はとりませんが、座席はすべて指定制とします。中間試験は講義時間中に行ない、遅刻や欠席はいかなる理由であっても認めず代替レポートなども実施しません。なお、すべての講義回において抜き打ちの出席確認やレポートなどは一切行いませんので、まじめに受講する意思のない学生は出席しないようにしてください。</p>			

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					
<ol style="list-style-type: none"> 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. 店舗での顧客との価値共創 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					
* 自らの講義資料「のぞいてみよう流通の世界」の予習 : 各1時間×14回=14時間 * 自らの講義内容の復習 : 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					
本講義は、特に本学ディプロマポリシーにある「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					
なし					
実務経験の有無及び活用					
「実務経験あり」。マーケティング実務の最先端トピックである流通とデジタル技術、データサイエンスに関する話題について触れていきます。					
備考					