

講義名	リテールマネジメント概論（マーケティング学科）			
担当教員	東 利一			
開講期・曜日・時限	後期 金曜日 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

この講義は、スーパーマーケットの事例をもとに、小売企業の存在理由や特徴、マネジメントなどについて学んでいきます。ケースと理論を組み合わせながら、1回1回の授業をまとまりのあるストーリーとして、小売のマネジメントを理解できるように進めていきます。

この講義は、他のリテールマネジメント関連科目の基礎になるという意味でも重要です。そのため、皆さんがリテールマネジメントの知識を確実に増やすことに重点を置きます。

到達目標

この講義は以下の3点を到達目標とします。

- (1) リテールマネジメントの基本概念を身につける。
- (2) リテールマネジメントの基本要素の関連を理解できる。
- (3) 現実の小売企業の活動の中でどのようなマネジメントが行われているかを理解できる。

提出課題

期間中に適宜レポートを課します。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック

課題レポート採点后に授業で、講評・解説をします。

評価の基準

中間レポートとレポート試験によって評価します。

- ・中間レポート：50点
- ・レポート試験：50点

履修にあたっての注意・助言他

2021年度後期の授業はオンデマンド型授業になります。そのため、ビデオ授業を視聴したうえで、授業ノートを完成させながら、学習するという形になる予定です。授業形式の詳細は、第1回目の授業でのガイダンスで説明します。

日ごろから小売業の店頭などを関心をもって観察し、自分の頭で考えるように習慣づけるようにして下さい。特に、講義やテキストと異なる企業行動をみつけたら、是非教員に質問してください。

授業資料を大学の電子掲示板から事前に入手して、教科書を予習して授業に臨んで下さい（プリントアウトの仕方に注意すること）。

授業内容の質問は、メールを使用して受け付けます。

教科書				
. 1 からのリテールマネジメント.	清水信年編著	中央経済社	2,400円(税別)	978-4-502-69790-6

プリント資料及び参考文献

講義用資料、は資料ポータルからダウンロードしてください。参考文献は、必要に応じて随時紹介します。

- 授業計画**
- 1 小売業の存在意義
 - 2 無人商店とスーパーの違い
 - 3 顧客起点の小売経営
 - 4 リテールマネジメントの要諦
 - 5 店舗内のマネジメント
 - 6 売り場のデザイン
 - 7 パッケージのデザイン
 - 8 取引関係とロジスティクスでのマネジメント
 - 9 小売業の商品開発
 - 10 価格政策
 - 11 顧客情報の活用
 - 12 店舗立地と商圏分析
 - 13 人材育成・人材活用
 - 14 ネットスーパー
 - 15 国際展開

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

【予習】事前に教科書を読んで、理解できたところと理解できなかったところを明確にしてください。・・・2時間

【復習】授業中に強調されたところを中心に、レジュメと教科書を読み直してください。・・・2時間

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

リテールマネジメントの諸事例を理解し、そこにおける諸概念を学修することで、到達目標の(1)～(3)を達成する。そのことにより、DPにある流通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、小売業界に関する問題探求、課題提案の基礎を形成するという点と、小売企業のマーケティング活動やその仕組み、役割の意味を理解し、変化する消費者を的確に捉え、これに対応することができるという点、小売業の社会的意義や日本経済における重要性について深い理解をもち、それをもとに社会で活躍することができるという点に貢献する。

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

シラバスに変更がある場合は、1回目の授業時にお知らせします。