

講義名	対)流通科学入門			授業形態	
担当教員	潘 志仁/田中 康仁/村尾 俊一		開講期・曜日・時限	前期 水曜日 2時限	
	単位数	2	履修開始年次	1年生	ナンバリング

主題と概要

【対面授業・オンライン共通】
 当科目の目的は、本学でさまざまな分野の学問を修めようとする皆さんに、流通・マーケティングについての関心と理解を共通の問題意識として持ってもらうことです。流通・マーケティングの問題は、企業が行なうビジネスとしての側面だけでなく、消費者としてのわれわれの暮らしにも密接に関連した、とても重要な問題です。当科目では、専用に用意された講義用資料を用いて、具体的な事業の事例を盛り込んだ講義を展開します。

到達目標

【対面授業・オンライン共通】
 流通・マーケティングがわれわれの社会とどのように関係しているかを理解し、流通科学大学の専門課程における学びへの関心を高める。

提出課題

【対面授業・オンライン共通】
 中間レポート、期末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の方法

【対面授業・オンライン共通】
 講義中に解説を行います。

評価の基準

【対面授業・オンライン共通】
 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

【対面授業・オンライン共通】
 毎回しっかりと資料を読み込み、疑問点があれば遠慮なく担当教員に質問してください。

教科書

.使用しない。

参考図書

その他

【対面授業・オンライン共通】
 毎回の講義において、事前に読むべき資料があります。大学ホームページ内の「流通科学研究所 リサーチノート発行一覧」ページ（下記URL）で、No.34～47をそれぞれダウンロードし、予習したうえで講義に臨んでください。
 流通科学研究所 リサーチノート発行一覧 <https://www.unds.ac.jp/facility/msi/r-note-list/>

授業計画

- 【対面授業・オンライン共通】
1. 目の前に広がる流通の世界
 2. 商店街と大型店 / 流通の世界で生きる人びと
 3. コンビニとドラッグ・ストア
 4. カリスマ・バイヤー、カリスマ店長への道
 5. スターバックスコーヒーと缶コーヒー
 6. 実店舗とバーチャル店舗
 7. パーモントカレーと金の食パン
 8. 流通・マーケティングの四方山話
 9. コンビニコーヒーと外食チェーン
 10. ITの発展とマーケティング・流通
 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 / 日本の寿司とエアコン
 13. ソーシャル・マーケティング：マーケティングを通じて、社会に貢献する
 14. まちづくりと商業
 15. 課題学習

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）	

準備学習（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

- 【対面授業・オンライン共通】
- * 各回の講義資料「のぞいてみよう流通の世界」の予習：2時間
 - * 各回の講義内容の復習：2時間
 - * 中間レポートの準備：4時間
 - * 期末レポートの準備：4時間30分

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

【対面授業・オンライン共通】
 本講義の到達目標は、本学ディプロマポリシー「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」に関連する。

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実施しますが、通学困難者向けに別途オンライン授業を行います。
 オンライン授業は動画配信によって実施します。授業動画のURL、配付資料等、必要な連絡はRyukaポータル「講義連絡」で行います。

実務経験の有無及び活用

備考