

講義名	リテールマネジメント概論			授業形態	
担当教員	東 利一	開講期・曜日・時限	後期 金曜日 3時限		
		単位数	2	履修開始年次	2年生

主題と概要

この講義の内容・意義・目的は以下の通りです。
 この講義は、スーパーマーケットの事例をもとに、小売企業が存在理由や特徴、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。(内容)
 この講義は、他のリテールマネジメント関連科目の基礎となる(意義)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(目的)に重点を置きます。授業の終わりに毎回、「リアクションペーパー」を書いて授業内容の定着を図ります。

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付ける。
 (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

授業終わりにリアクションペーパーを課します。
 また、後期中に中間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

リアクションペーパーについては、毎回の授業で回答します。
 中間レポートは、採点后に授業で講評・解説をします。

評価の基準

中間レポートと期末試験によって評価します。
 ・中間レポート : 40点
 ・期 末 試 験 : 60点

履修にあたっての注意・助言他

リテールマネジメントの知識を身につけると、スーパーマーケットだけでなくコンビニエンスストアやドラッグストアなど小売企業の経営の意図が見えるだけでなく、自分が当事者ならどうするかという
 ことで考えることができるようになります。是非一緒にリテールマネジメント概論を学んでいきましょう。
 中間レポートは、教科書を基に出題します。教科書の中身を外したレポートは評価されません。必ず教科書を購入して下さい。なお、中間レポートの評価比率は大きいです。提出忘れのないように気を付けてください。
 リアクションペーパーは期末試験に直結します。しっかり予習をして授業を受けて作成してください。
 日ごろから身近な小売企業の行動を、関心をもって観察してください。特に、講義やテ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Ryuka Portalから事前に入手して、教科書を予習して授業に臨んでください。
 連絡・私語は厳禁です。スマートフォンや電源は消音していただく。
 連絡の上には授業に遅れるものだけを書いてください。
 一生懸命に学べる環境を作っていきます。

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	9784502697906
-----------------	--------	-------	-------	---------------

参考図書

その他

講義用資料は、Ryuka Portalからダウンロードしてください。
 その他の資料は、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 個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 品揃えのマネジメント
- 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 店舗立地と商圈分析
- 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)	

準備学習(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。
 前の回のリアクションペーパーに記入した「授業内容でよく理解できなかった点」について、自分なりに調べてみてください。・・・+ : 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習することで、到達目標の(1)~(3)を達成する。
 そのことにより、即ち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索、課題提案の基礎を形成するという点と、
 小売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、それをとも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。