

講義名	マーチャングデザイン論			授業形態	
担当教員	梶田 真生	開講期・曜日・時限	前期 月曜日 3時限		
		単位数	2	履修開始年次	2年生

主題と概要

近年、競争が激化する小売業において、効果的かつ効率的なマーチャングデザインを行うことはますます重要になってきています。本講義では、小売業のマーチャングデザインにおける重要な理論を学ぶとともに、最新のマーチャングデザインの事例を学びます。具体的には、小売企業が、どのような商標を、どこから、いくらで仕入れて、どこで、どのように販売するかを幅広く学び、その背後にある理論や戦略に関する理解を深めます。

到達目標

(1)小売業のマーチャングデザインにおける基礎概念や理論を身につける。
(2)学んだ概念や理論を通じて、現実の小売業のマーチャングデザインを理解し、分析できる。

提出課題

授業の理解度を確認するために、授業内容に関するリアクションペーパーと質問の作成を課します。また学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

優れたリアクションペーパーおよび質問は授業中に取り上げ、加点対象とします。

評価の基準

リアクションペーパー・中間レポート：50%
定期試験：50%

履修にあたっての注意・助言他

授業中の私語、妨害行為、迷惑行為は厳禁です。

教科書

.使用しない。				
---------	--	--	--	--

参考図書

.小売経営論。	高嶋克義・高橋郁夫	有斐閣	2880	4641165653

その他

授業計画

- 1.オリエンテーション
- 2.マーチャングデザインの基本的な考え方
- 3.小売業の経営形態
- 4.小売業のチェーン展開
- 5.小売業の組織
- 6.仕入管理
- 7.商品管理と在庫管理
- 8.販売活動の管理（店舗レイアウト、品揃え）
- 9.販売活動の管理（価格設定）
- 10.販売活動の管理（販売促進、サービス）
- 11.成果指標の管理
- 12.マーチャングデザインの情報化
- 13.マーチャングデザインの事例
- 14.マーチャングデザインの事例
- 15.全体のまとめ

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】 各回のキーワードについて、新聞、書籍、インターネットなどで調べて概要を掴む...2時間
【復習】 授業内容を振り返り、リアクションペーパーと質問を作成する...2時間

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

マーチャングデザインの諸概念とそれに関する諸事例を理解・学習することで、以下のディプロマ・ポリシーの達成に貢献する。
・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。

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