

講義名	流通概論			授業形態	
担当教員	畀野 祥太	開講期・曜日・時限	後期 月曜日 5 時限		
		単位数	2	履修開始年次	1 年生
				ナンバリング・コード	

主題と概要

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出来るのか、その橋渡しとなるのが本講義です。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自科目を学ぶための基盤づくりとなります。

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の方法

通常授業では、課題などは課しませんが、理解を深めることを目的として、中間レポート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

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。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。

当科目では出席はとりませんが、出席はすべて指定制とします。中間、期末レポートを実施します。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。

教科書

.使用しない。

参考図書

.なし。

その他

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

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. 店頭での顧客との価値共創
 6. 業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. まちを悲いてみよう
- 状況によって、変更することがあります。

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

- * 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

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、本学ディプロマポリシーの「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」人材に求められる資質・能力を身につけるという方針に沿って、特に「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

実務経験の有無及び活用

実務経験あり（本科目とは関連なし）

備考

状況によりシラバス修正の可能性がります。