

講義名	流通科学入門			授業形態	
担当教員	三浦 玉緒	開講期・曜日・時限	後期 水曜日 3時限		
		単位数	2	履修開始年次	1年生

主題と概要

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

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

ほぼ毎回（合計13回）の講義時間中に小テストを行う。
小テストの内容は、その回の講義内容を理解できているか確認する選択式。
「キャンパス クロス」のテスト機能を用いるため、受講生は各自、スマホ等の機器が必要。

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

小テストの正答や解説、自受講者の点数は開示しない。

評価の基準

講義時間中に小テストを行う。
配点は、毎回8点（2点×4問）×13回 100点を越えた場合は切り捨て

履修にあたっての注意・助言他

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

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

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. バーモントカレーと釜の食パン
8. 流通・マーケティングの因山山話
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. シーシャル・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. まち歩きにだけよう

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

授業の配付資料、小テスト等、必要な連絡はキャンパスクロスで行います。

実務経験の有無及び活用

備考