

| | | | | | |
|------|--------------|-----------|------------|--------|-----|
| 講義名 | 流通・マーケティング演習 | | | 授業形態 | |
| 担当教員 | 白 貞王 | 開講期・曜日・時限 | 通年 月曜日 3時限 | | |
| | | 単位数 | 6 | 履修開始年次 | 2年生 |

主題と概要

流通・マーケティング研究分野での研究・教育にあたっては、流通システムの構造や変動、また企業のマーケティング行動をミクロとマクロ、あるいはグローバルな視点から読み解く知識・能力が求められる。本講義では、流通・マーケティング研究分野における研究を遂行していくにあたり、その基礎となる知識・能力を形成することを目的とする。この目的を遂行するために、各受講者はこうした知識・能力をより高次のものとするために必要な課題を通じ、文献レビューと議論を重ねる。そうすることで、各受講者は研究・教育を遂行していくために求められる基礎力を形成することを目指すしていく。

到達目標

- ・ 流通・マーケティング研究分野における研究・教育を進めていくための基礎として、流通システムの構造や変動、また企業のマーケティング行動をミクロとマクロ、あるいはグローバルな視点から読み解いていくための、より高次の知識を身につけるようになる。
- ・ 流通・マーケティング研究に関する諸論点の理解のもと、修士課程における研究を遂行していくためのより高次の能力が身につけることができる。

提出課題

授業中の課題レポート

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

適宜、指導時間中にコメント等のフィードバックを行う。

評価の基準

- 下記の項目を中心に総合的に評価する。
- ・ 授業中の課題レポート（40%）
 - ・ 議論への参加度（30%）
 - ・ 議論の内容（30%）

履修にあたっての注意・助言他

特になし

教科書

・指定しない。

参考図書

・適宜、指定する。

その他

特になし

授業計画

- 【前期】
- 1 前期ガイダンス
 - 2 流通研究分野における主要テーマ (1)
 - 3 文献レビュー (1)-1
 - 4 文献レビュー (1)-2
 - 5 文献レビュー (1)-3
 - 6 流通研究分野における主要テーマ (2)
 - 7 文献レビュー (2)-1
 - 8 文献レビュー (2)-2
 - 9 文献レビュー (2)-3
 - 10 流通研究分野における主要テーマ (3)
 - 11 文献レビュー (3)-1
 - 12 文献レビュー (3)-2
 - 13 文献レビュー (3)-3
 - 14 流通研究分野における研究の展望
 - 15 まとめ
- 【後期】
- 1 後期ガイダンス
 - 2 マーケティング研究分野における主要テーマ (1)
 - 3 修士論文の中間発表 (1)-1
 - 4 修士論文の中間発表 (1)-2
 - 5 修士論文の中間発表 (1)-3
 - 6 マーケティング研究分野における主要テーマ (2)
 - 7 修士論文の中間発表 (2)-1
 - 8 修士論文の中間発表 (2)-2
 - 9 修士論文の中間発表 (2)-3
 - 10 マーケティング研究分野における主要テーマ (3)
 - 11 修士論文の完成に向けて (3)-1
 - 12 修士論文の完成に向けて (3)-2
 - 13 修士論文の完成に向けて (3)-3
 - 14 マーケティング研究分野における研究の展望
 - 15 まとめ

授業形態（アクティブ・ラーニング）

| | |
|---|--|
| <input type="radio"/> 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） |
| <input type="radio"/> ウ：ディスカッション、ディベート | エ：グループワーク |
| <input type="radio"/> オ：プレゼンテーション | カ：実習、フィールドワーク |
| <input type="checkbox"/> 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

自回の内容に関しては、十分な時間をとって予習・復習を行なうことが必要であることを留意すること。

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

受講者が少人数であるため、ICTを活用しなくても、双方向授業で指導を行うようになっている。

実務経験の有無及び活用

備考