

講義名	流通概論			授業形態	
担当教員	新 雅史	開講期・曜日・時限	後期 木曜日 4時限		
		単位数	2	履修開始年次	1年生

**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、その構造となるのが本講義です。  
とくに本講義では、ディプロマ・ポリシーの「知識を知恵に転換することができる、論理的思考力」の育成に力点を置きます。流通・マーケティングの現場では、現状の課題を適切に見出し、その課題の解決を模索するなかから、新しいビジネスや業態が生まれています。本講義では、流通・マーケティングの現場における課題発見や構想を理解することで、自らも問題探索、課題提案ができる力の蓄得をめざします。

**到達目標**

- ・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る。
- ・変化する消費者を捉えるための企業の実践を、マーケティング活動やブランド構築などの中から、学修することができる。
- ・流通の動態や仕組み、小売業の社会的意義についての基礎知識を身につけることができる。

**提出課題**

中間レポートと期末レポートを実施します。

**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**

理解を深めることを目的として、中間レポート後に解説を行います。

**評価の基準**

中間レポート 50%  
期末レポート 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。

**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（「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. 中間レポートおよび前半の応用編
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. まちを歩いてみよう

**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：各2時間×14回=28時間
  - ・ 各回の講義内容の復習：各2時間×15回=30時間
  - ・ 中間レポートの作成：2時間
  - ・ 期末レポートの準備：2時間
- 合計 62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、特に本学ディプロマポリシーにある「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**

「レスポ」などのICTツールを活用して、講義内容の確認および質疑応答をおこなう。

**実務経験の有無及び活用**

「実務経験あり」。商店街やまちづくりの回にて、近年の実践例を紹介する。

**備考**