

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 2 時限				
		単位数	2	履修開始年次	1 年生	ナンバリング・コード	DIS140

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、その精選したものが本講義です。 とくに本講義では、ディプロマ・ポリシーの「知識を効果に転換することができる、論理的思考力」の育成に力を置きます。流通・マーケティングの現場では、現状の課題を適切に見だし、その課題の解決を模索するなから、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習得をめざします。

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 【準備学修】日常生活で流通がどのように関わっているかを考え、身近な事例を挙げる。講義内容を整理し、流通の役割や影響について理解を深める。（4時間） 2. 商店街と大型店 【準備学修】商店街と大型店の特徴を整理し、それぞれの利点や課題を考える。講義で扱われた事例をもとに、流通の観点から両者の役割を比較する。（4時間） 3. コンビニとドラッグ・ストア 【準備学修】コンビニとドラッグストアの違いや共通点を整理し、各業態がどのように消費者のニーズに応えているかを考察する。講義内容を振り返り、それぞれの業態の特徴についてまとめる。（4時間） 4. 小売業で活躍する人材 【準備学修】小売業で求められるスキルや役割について調べ、どのような人材が活躍しているかを考える。講義内容をもとに、今後の小売業において求められる人材についてまとめる。（4時間） 5. 店頭での顧客との価値共創 【準備学修】店舗での接客やサービスを観察し、顧客と企業がどのように価値を共創しているかを考える。講義内容を整理し、成功事例や課題についてまとめる。（4時間） 6. 実店舗とバーチャル店舗 【準備学修】実店舗とオンライン店舗の違いを整理し、それぞれの利点と課題を考える。講義内容を振り返り、今後の小売業の展開についてまとめる。（4時間） 7. 中間レポートおよび前半の応用編 【準備学修】これまでの講義内容を振り返り、各テーマの要点を整理する。中間レポートの作成に向けて、学んだ内容を実生活の事例と結びつけて考える。（4時間） 8. ブランド 【準備学修】身近なブランドをいくつか挙げ、それぞれの特徴や消費者への影響を考える。講義内容を整理し、ブランド戦略の重要性についてまとめる。（4時間） 9. 流通とマーケティング 【準備学修】流通とマーケティングの関係について考え、具体的な企業の事例を調べる。講義内容をもとに、マーケティングが流通に与える影響を整理する。（4時間） 10. ITの発展と流通・マーケティング 【準備学修】IT技術が流通業やマーケティングにどのような変化をもたらしたかを調べる。講義を振り返り、今後の技術革新の可能性についてまとめる。（4時間） 11. インターネットのコミュニティ 【準備学修】オンライン上のコミュニティが消費行動にどのような影響を与えているかを考える。講義内容を整理し、企業がどのようにコミュニティを活用しているかをまとめる。（4時間） 12. グローバルとローカル 【準備学修】マクドナルドを例に、それぞれの国や地域で、どのような商品展開をしているか検討してみる。講義の内容を踏まえて、ローカルな文脈をどのようにマーケティングに活かしていくか検討する（4時間） 13. ソーシャル・マーケティング 【準備学修】ソーシャル・マーケティングの概念を調べ、企業の社会的責任とマーケティングの関係を整理する。講義内容をもとに、具体的な事例をまとめる。（4時間） 14. まちづくりと商業 【準備学修】地域の商業施設やまちづくりの取り組みを調べ、それが地域経済に与える影響を考える。講義内容を振り返り、商業と地域活性化の関係をまとめる。（4時間） 15. まちを歩いてみよう 【準備学修】実際に商業施設や商店街を訪れ、消費者の動向や店舗の工夫を観察する。講義内容をもとに、現場の視点から商業のあり方を考察する。（4時間）

授業形態（アクティブ・ラーニング）
☐ア：PBL（課題解決型学習） ウ：ディスカッション、ディベート オ：プレゼンテーション 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） エ：グループワーク 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）

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
「レスポンス」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
この講義を受講するにあたり、次の点に注意してください。 ◆初回の講義に必ず出席すること 最初の授業では、講義の内容やルールについて詳しく説明します。重要な情報を逃さないよう、必ず出席してください。 ◆授業中のマナーを守ること 授業中の私語、居眠り、遅刻、途中での退室、スマートフォンの使用など、授業の進行を妨げる行為は禁止です。