

科目名	消費と流通2(週2回)			ナンバリング	BUS242	授業形態	講義
対象学年	2年	開講時期	後期後半	科目分類	選択	単位数	2単位
代表教員	金世煥	担当教員	田口信教、裴鍾民				

授業の概要	流通にかかわる今日的な諸課題について、できるだけ具体的な事例を交えながら解説する。本講義は商業・流通業の中心である小売業と卸売業について取り上げ、それらの事業形態や特性、歴史的な発展過程について理解したうえで、流通にかかわる課題の所在や課題解決を検討する際の分析視点を養い、その分析視点に沿って知識を整理し、自分の言葉で意見をプレゼンテーションできる力を習得することを目的とする。
到達目標	流通システムの基本的な仕組みと、流通、商業、マーケティングにかかわる基礎的な概念や分析枠組みとを理解し、そのうえで、流通にかかわる今日的な諸課題の所在や課題解決を検討し、自分なりの分析や意見でプレゼンテーションできる。
学習のアドバイス (勉強方法、履修に必要な 予備知識など)	講義内で提示されるキーワードは必ず書き出し、その意味を説明できるようにする。次の段階では、キーワード間のつながりを考えて体系的に説明できるようにする。講義で示されるスライドや配付資料を自分の言葉で説明できるようになることを一つの目標として学習に取り組む。
ディプロマポリシーとの 関連	【教養学部 地域教養学科のディプロマポリシー】
	○ 1. 専攻分野それぞれの基礎的な知識を確実に身につけ、それらを活用して基本的な問題を解決することができる。
	○ 2. 専攻分野それぞれの基本的スキルを、地域社会に貢献するために活用することができる。
	○ 3. 自分の意見や考えを説明し、他者と協調して積極的にコミュニケーションをとることができる。
	4. 広い視野と論理的・批判的思考力を身につけ、困難な課題や予測不能な事態に直面しても適切に対処することができる。
	5. 社会の一員としての自覚を持ち、社会生活の場において、地域を支える社会人・職業人としてふさわしい関心・意欲・態度を示すことができる。

標準的な到達レベル(合格ライン)の目安	理想的な到達レベルの目安
①流通再編成を進展させる要因と、その意味を説明できる。 ②卸売業界、小売業界の構造変化に関するキーワードについて、その意味を説明できる。 ③流通業界における企業のマーケティング戦略を分析する枠組みを説明できる。	①流通再編成を進展させる各要因と、要因同士のつながりを説明できる。 ②上位集中化の意味とその背景を説明できる。 ③分析枠組みを用いて、企業の強みを説明できる。

評価方法	成績評価観点						評価割合
	知識・理解	思考・判断	関心・意欲	態度	技能・表現	その他	
定期試験(中間・期末試験)							
小テスト・授業内レポート	○	○					75%
宿題・授業外レポート							
授業態度・授業への参加			○	○			10%
発表(プレゼンテーション)	○	○			○		15%

課題、評価のフィードバック	講義の最後に、講義内容に関する振り返り小テストを実施し(manab@を使用)、次授業の冒頭で解説する。
---------------	---

	回次	テーマ	授業内容	備考
授業計画	第1回	流通・商業・マーケティング再論（金）	消費と流通1で学んだ内容を整理することを通じて、改めて、流通・商業・マーケティングの分野におけるキーワードやポイントを解説する。	
	第2回	卸売業の位置づけ（金）	卸売業が果たしている役割について解説する。	
	第3回	卸売業界の構造変化（金）	時系列的に卸売業界のこれまでの歴史を整理し、卸売業界の構造変化について解説する。	
	第4回	卸売業の機能強化（金）	卸売業者による機能強化の方向性について解説する。	
	第5回	IoTとAIロボットとイノベーション（田口）	世の中の仕組みが変わる革新的な技術と点在する社会ニーズ、考え方や新しい展望と創出の提案を検討し、未来への目を養う。	
	第6回	起業と経営（田口）	グローバルに発想する新しい視点と先を見通す技術を学び、共に考え、様々なニーズや問題点に対する解決案を議論する	
	第7回	オムニチャネル戦略（金）	オムニチャネル戦略について解説する。	
	第8回	インターネット販売と効率性（金）	インターネット販売の基本的な特性を整理したうえで、その革新性を解説する。	
	第9回	IT企業の経営戦略と流通消費（裏）	IT企業の経営戦略と流通消費について解説する。	
	第10回	流通におけるICT活用（裏）	流通活動における情報通信技術の活用について解説する。	
	第11回	観光産業における消費市場の変化（裏）	観光産業における消費市場の変化を事例を中心に解説する。	
	第12回	地域エコシステムと消費市場の変化（裏）	地域エコシステムと消費市場の変化について解説する。	
	第13回	プレゼンテーションの準備とテーマ選定（金）	流通業界におけるひとつの企業を取り上げ、これまで学修した知識を活用してプレゼンテーションの準備を行う。	
	第14回	プレゼンテーション1（金）	流通業界におけるひとつの企業を取り上げ、これまで学修した知識を活用して分析をし、その結果を発表する。	
	第15回	プレゼンテーション2（金）	流通業界におけるひとつの企業を取り上げ、これまで学修した知識を活用して分析をし、その結果を発表する。	
	試験	試験は実施しない。		
授業の進め方		基本的に講義と質疑応答とする。各講義の最後には講義内容に関する振り返り小テストを実施する。		
授業外学習の指示		講義の内容を復習する。不明な点がある場合は教員に質問すること。 (授業外学習時間: 毎週 90 分)		

教科書	教科書は使用しない。随時、資料を配付する。
参考書	「日本経済新聞」、「日経MJ(流通新聞)」など。
参考URLなど	特になし
その他	「消費と流通1」も併せて履修することを前提として講義を行う。 知識定着のため、他の経営学・マーケティング関連科目もあわせて履修することが望ましい。 講義後半に実施する小テストはmanab@のレポート機能を使用する。