

科目名 Course Name		開講年次	開講学期	曜日・時限
流通論 Theory of Distribution		2年	前期	別途、時間割参照
単位数	授業の形態	授業の性格		履修上の制限
2単位	講義	選択	()	特になし
当該科目の理解を促すために受講しておくことが望まれる科目				
経済学、経営学 I II				
同時に履修しておくことが望まれる科目				
特になし				
担当者に関する情報				
氏名	研究室の場所	オフィスアワー		電話番号・メールアドレス
長江 庸泰	本館 2F (研究室1)	月～木曜 9:00～16:00 (授業・会議時間を除く)		授業中に指示します
授業の概要				
<p>経済発展を背景に成熟化された豊かと利便性の追求から、商品が適切な「時期」・「量」・「価格」で供給されるように流通管理の重要性が高まっており、売れる製品づくりを追求する生産活動においても、販売の現場と生産活動の現場を円滑に運用することが不可欠となっている。本講義は、生産から販売までを一連のシステムとして捉え、そのシステムを円滑運用するための手法について学修しながら、流通システムのマネジメントする能力を修得して行く。</p>				
授業の目標				
<p>①販売活動とそれを支える流通機構について修得できるようにする。 ②業種・業態による問題・課題を整理し、物流システムの現状を説明できるようにする。 ③情報化に対応した流通システムの構築と運用方法を修得できるようにする。</p>				
授業の方法				
<p>本授業は、講義、マルチメディア授業、デジタルテキスト、プレゼンテーション、ブレインストーミング、サービスラーニング、ディスカッション、グループワーク等のアクティブラーニングを活用しながら、流通論に精通した人材育成を目指すものである。</p>				
学習の成果（学習成果）				
<p>①販売活動とそれを支える流通機構について修得できる。 ②業種・業態による問題・課題を整理し、物流システムの現状を説明できる。 ③情報化に対応した流通システムの構築と運用方法を修得できる。</p>				
授業のスケジュールと内容				
第1回目	ガイダンス：授業の方針、授業計画、授業詳細、受講確認および課題			
第2回目	小売販売の原則：（1）業種と業態（2）小売業（3）小売業経営の特徴、流通の社会的役割			
第3回目	店舗出店戦略：（4）卸売業（5）卸売業経営の特徴（6）事例、流通機能の意義と領域—流通機能の意義と内容			
第4回目	ストアマネジメントの実践：（1）流通の社会的役割（2）流通機構の仕組み（3）商的流通活動、流通経路の意義(グループワークによるプレゼンとディスカッション①)			
第5回目	商品陳列・棚卸管理、小売業の存在意義			
第6回目	販売効率の分析、小売業の生起・発展に関する仮説の解説およびその問題点			

第7回目	消費者購買行動分析、流通における卸売業の位置づけ、卸売業の機能、卸売業の存在意義	
第8回目	仕入れ・調達、卸売業の分類①—取扱商品、商圏、流通過程の位置、規模、経営主体、遂行する機能、所有権の有無/(グループワークによるプレゼンとディスカッション②)	
第9回目	卸売業の分類②—経営主体による分類、遂行する機能による分類、所有権の有無による分類 *レポート (提出は第14回目)	
第10回目	価格戦略政策、小売業の経営課題—小売業における競争、小売業の生き残り と経営課題	
第11回目	販売促進・広告・広報、卸売業の経営課題—卸売業における競争、卸売業の生き残り と経営課題	
第12回目	販売員管理、流通政策と現代流通—流通政策の概念と範囲、わが国の大型店政策、新しい流通政策	
第13回目	情報管理 (1) 情報化時代への対応 (2) 循環型社会への対応 (3) 電子商取引学修の準備: ネット販売	
第14回目	競争政策と現代流通②—流通・取引慣行ガイドラインと取引慣行・商慣行/(グループワークによるプレゼンとディスカッション③)	
第15回目	販売流通の今後の展開 (1) 流通改革 (2) 事例研究、競争政策と現代流通②—流通取引における独占禁止法の問題領域	
事前・事後学習	事前学習(シラバスの学習ポイントを自分で調べ、質問事項等を準備しておくこと)・事後学習(ノートを見直しながら、1)常に疑問を持ち、2)物事を多面的に考え抜き、3)自分で調べ・学ぶ姿勢を身につけること)	
成績評価の方法と基準		
評価の領域	割合	評価の基準
授業参加態度	10%	以下の3点から評価する: ①ノートに関し、創意工夫してまとめられている、②自分の意見を論理的に述べている、③積極的に質疑応答に臨んでいる。S評価の基準: 上記参加態度を全て満たすもの。
レポート	30%	Sのレポートの評価: ①創意工夫してまとめられている、②自分の意見を論理的に展開している、③課題の本質と学習成果が十分にまとめられている。レポート最新課題は、月1回計3回提出予定(締切は各月末)。
調査報告書		
小テスト	20%	グループワークによるプレゼンテーション力のS評価: ①内容が創意工夫した発表となっている、②グループの意見が論理的に述べられている、③グループで協働し、積極的に質疑応答に臨んでいる。
試験	20%	期末記述試験
発表内容 (態度含む)	20%	Sのレポート発表評価: ①創意工夫した発表となっている、②自分の意見をまとめながら論理的に述べている、③積極的に質疑応答に臨んでいる。
その他		上記評価基準に基づき成績評価: S (傑出した内容)=90-100、A (平均を上回る内容)=80-89、B (平均的内容)=70-79、C (平均を下回る内容)=60-69、D (左記以外の内容)=0-59
教科書と参考図書		
鈴木邦成 『販売流通管理の体系』 英光社(978-87097-184-4)及び長江庸泰作成の“デジタルテキスト[流通論2019年度版]”を活用する。		
履修上の留意点・ルール		
●実務経験(職種: 会社役員、職歴: 通算39年) 本学の教育理念(想う人、考える人、行う人を創る)を体現する、「1)常に疑問を持ち、2)物事を多面的に考え抜きながら、3)自分で調べ・学ぶ、自主創造の精神に基づく課題解決型のアクティブラーニング」を常に心掛けましょう。		