

科目	商業論	担当	傍嶋 則之	履修学年	2年
時間数	90分×時限×16回(週1回)	履修区分	選択	単位数	2単位

【授業目標・到達目標】

本講義では、広義の商業について基本的な知識を身に付ける。その上で現代的課題について考察し、現実の経営問題に目を向けるが、商学は単なる実務のための技術的手段ではなく、働くことの意味や企業のあり方をも問う学問であるという哲学的認識をもって参加すること。商学は、小売・流通活動の全部面を対象とするところから内容が多様化し、総合科学化しつつあるが、商学の全般にわたって基礎理論を修得する。なお、適宜、商学分野にかかわる実践家をゲストに招き、具体的な事例研究を検討する。一方的な講義に終わることなく、グループ・ディスカッションを取り入れ、学生どうしで意見交換を行う機会を設け、様々な人の考えに触れながら、自らの考えを高める

【履修注意】

1. 国の施策やニュースに注意し、卸売・小売・物流業にどのような影響をもたらすかを考える習慣を持つこと
2. 授業中の私語は厳禁(即ちスマホ等の操作も禁止する)
3. マーケティングコースのコース必修科目である。

【評価方法】

1. 出席状況(含む受講態度)筆記試験を勘案して評価する
2. 随時授業の出欠確認レポートを行い、出席状況を把握すると共に成績評価に反映させる

【試験について】

文章完成問題、正誤問題を中心に用語の説明も求める

再試験対象者の条件:出席条件や受講態度を前提に中間・定期試験を受験し平均30点以上の受講生

【予習・復習】

学修時間は1単位45分が文部科学省指針です。1単位科目は90分の講義に対して45分、2単位科目は90分の講義に対して90分の自宅学習(予習、復習)が必要です。(※毎回「販売士3級」取得に向け小テストを実施する)

【教科書】

パワーポイント教材で対応

【参考書】

講義内で参考文献を適宜指示する。

【その他の注意事項】

【授業計画・内容】

回数	項目	内容
1	オリエンテーション	講義内容の体系、商業とは何か
2	商業者の役割	空間的効用と時間的効用、商業とは
3	小売商業の構造	小売店舗数、流通費用、商品の種類と消費者行動
4	卸売商業の構造	流通の多段階性、生産と消費の懸隔
5	情報システムと商業	物流情報システムの商業構造への影響
6	現代の流通構造	eコマースの登場と影響
7	商業における信頼関係	信頼関係の重要性と市場取引
8	中間まとめ(理解度の確認)	講義内容をどの程度理解できているかを確認
9	商業におけるパワー関係	パワー関係の問題とパワーの形成
10	流通系列化と製販統合	生産者による流通系列化、小売主導の多頻度小口配送
11	小売業者によるPB開発	PB開発の目的、PB開発とパワー関係の形成
12	小売業者の行動	小売市場競争、小売企業の海外展開
13	卸売業者の行動	卸売業の特徴、販社・代理店制度、製販統合
14	商業における革新	商業の変化と革新、革新プロセス、業態核心の展開
15	中小商業問題	小売市場における中小小売業者、商業政策
16	期末試験	15コマの復習・確認・総まとめ