

2022年度 授業シラバスの詳細内容

○基本情報			
科目名	マーチャンダイジング（Merchandising）		
ナンバリングコード	E30309	大分類 / 難易度 科目分野	経営経済学科 専門科目 / 応用レベル マーケティング・流通
単位数	2	配当学年 / 開講期	3 年 / 前期
必修・選択区分	選択：経営経済学部 コース選択必修：情報メディア学科 情報コミュコース ※入学年度及び所属学科コースで異なる場合がありますので、学生便覧で必ず確認してください。		
授業コード	E048951	クラス名	-
担当教員名	担当者未定		
履修上の注意、 履修条件	小売業及びサービス業への就職を目指す学生に対して有利となるもしくは必要となる販売士3級の資格習得を目指す学生に対する科目です。ミニテストを通じて学力を向上するのが目的ですから15回休まずに出席することが必数です。		
教科書	特になし		
参考文献及び指定図書	販売士3級		
関連科目	サービスマーケティング論、マーケティング論		

○基本情報		
授業の目的	リテールマーケティング(販売士)は、店舗の販売員として働くにあたって必要な、知識技能が得られる科目です。流通業界を取り巻く経営環境は、近年激変しており、販売技術の向上や顧客ニーズの読み取る力が必要となっています。流通業で働く従業員としてスキル向上を目指す科目です。	
授業の概要	(1)小売業の種類 (2)マーチャンダイジング (3)ストアオペレーション (4)マーケティング ⑤販売・経営管理 の5つのカテゴリー毎に学んでいきます。1つのカテゴリー毎にミニテストを実施し、得意の箇所、不得意な箇所を明確にししながら不得意箇所な復習より総合的に力をつける。	
授業の運営方法	(1)授業の形式	「講義形式」
	(2)複数担当の場合の方式	「該当しない」
	(3)アクティブ・ラーニング	「ディスカッション、ディベート」
地域志向科目	カテゴリー Ⅲ：地域における課題解決に必要な知識を修得する科目	
実務経験のある教員による授業科目	百貨店の営業推進部長、商品部長の実務経験、取締役営業副本部長として全体責任を持つ。デベロッパの総支配人として実務経験ある。	

○成績評価の指標		○成績評価基準(合計100点)		
到達目標の観点	到達目標	テスト (期末試験・中間確	提出物 (レポート・作品等)	無形成果 (発表・その他)
【関心・意欲・態度】	マーチャンダイジング的考え方の重要性が説明できる。	10点	10点	5点
【知識・理解】	マーチャンダイジング手法の基礎を、具体例をあげながら説明できる。	10点	10点	5点
【技能・表現・コミュニケーション】	マーチャンダイジング計画の基本的な仕組みを説明できる。	10点		5点
【思考・判断・創造】	ケーススタディーを通して、仕事の場面におけるマーチャンダイジング行動をイメージできる。	20点	10点	5点

○成績評価の補足(具体的な評価方法および期末試験・レポート等の学習成果・課題のフィードバック方法)	
ミニテストとレポート及び総合テストで評価。販売士3級合格ラインを達成目標とする。フィードバックについては、次回以降の授業中に講評・解説をする。	

○その他
これからのビジネスリーダーは、不確実な環境下で将来を見通すビジョンを持つ、確かな意思決定力と情報分析能力を基に成果を出す力が求められます。企業の生き残りに最も求められている思考方法及び経営技法は、戦略とマーケティング及びマネジメントであり、競争に勝つという戦略と顧客の視点に立つというマーケティングの考え方を徹底的に学習し、マネジメントを通して成果を出すことを具体的事例を経験することで実践力を養います。 マーチャンダイジングは、小売業・サービス業への就職を目指す学生のための実践的科目です。 国が認める国家資格として販売士3級取得を目指します。双方向授業ですので参加することが大切です。それは、発言することです。聞いて、伝える技術を身につけます。

2022年度 授業シラバスの詳細内容

○授業計画		科 目 名 担当教員	マーチャンダイジング（Merchandising） 担当者未定	授業コード	E048951
学修内容					
1. 小売業の基本(1)					
日本の小売業の特徴とは、流通の分化、組織小売業の所有形態、様々な店舗形態による分類について学ぶ。					
予習	小売業の特徴について文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	小売業の特徴についてまとめる				約2時間
2. 小売業の基本(2)					
商店街の種類と特徴、日本のショッピングセンターの形態と特徴について学ぶ。新しい形のショッピングセンターの説明。今後のショッピングセンターの動向と予測					
予習	商店街、ショッピングセンターについて文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	ショッピングセンターについてまとめる				約2時間
3. マーチャンダイジング					
消費者の購買行動による商品分類、マーチャンダイジングの構成要素、POSシステム、商品ロス、発注形式、在庫の問題、商品回転率、値入率、バーコードの種類について学ぶ。					
予習	マーチャンダイジングについて文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	マーチャンダイジングについてまとめる				約2時間
4. ストアオペレーション(1)					
EOS電子発注システム、品出しと補充作業の原則、和式進物の水引について学ぶ。					
予習	ストアオペレーションについて文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	ストアオペレーションについてまとめる				約2時間
5. ストアオペレーション(2)					
陳列器具によるディスプレイ、販売方法によるディスプレイ、ファッション衣料のディスプレイについて学ぶ。					
予習	ディスプレイについて文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	ディスプレイについてまとめる				約2時間
6. ストアオペレーション(3)					
各種指標 従業員1人当たりの生産性、作業割当てについて学ぶ。					
予習	小売業の指標について文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	小売業の指標についてまとめる				約2時間
7. マーケティング(1)					
メーカーの4P理論、小売業の4C理論について学ぶ。					
予習	4P理論、4C理論について文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	4P理論、4C理論についてまとめる				約2時間
8. マーケティング(3)					
顧客満足経営の原則について学ぶ。顧客満足と氏、顧客不満足について学ぶ。					
予習	顧客満足について文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	顧客満足についてまとめる				約2時間

○授業計画	科 目 名 担当教員	マーチャンダイジング（Merchandising） 担当者未定	授業コード	E048951
学修内容				
9. マーケティング(4) FSP、販売促進策、プレミアムの提供について学ぶ。				
予習	FSPについて文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	販売促進策についてまとめる			約2時間
10. マーケティング(5) 売場の形態について学ぶ。買取、委託、消化などの仕入方式及び売場編集業態についても理解を深める。				
予習	売場の形態について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	売場の形態についてまとめる			約2時間
11. 販売・経営管理(1) 敬語、接客用語、商品の安全に関する法規、商品の規格・品質表示に関する法規について学ぶ。				
予習	商品の安全に関する法規、商品の規格・品質表示に関する法規について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	接客用語についてまとめる			約2時間
12. 販売・経営管理(2) 不当景品類の規制など各種の規制についてまとめる。オープン懸賞、クローズド懸賞				
予習	不当景品表示について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	不当景品類の規制についてまとる			約2時間
13. 販売・経営管理(3) 損益計算書、売買損益計算、商品ロスについて学ぶ				
予習	損益計算書について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	損益計算書、売買損益計算についてまとめる			約2時間
14. 過去問題の取組み (1) 過去の販売士3級問題のチャレンジ				
予習	過去問題を文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	間違った箇所の復習			約2時間
15. 過去問題の取組み(2) 過去の販売士3級問題のチャレンジ				
予習	1回目のテストの再チャレンジ			約2時間
復習	間違った箇所の復習			約2時間
16. 期末試験 試験時間は60分				
予習	マーチャンダイジングの基本のふりかえり			約2時間
復習	重要なポイントを理解する			約2時間