

1. 本授業科目の基本情報

科目名（コード）	リテールマーケティング I		TDB142
講義名（コード）	リテールマーケティング I		TDB142
対象学科	グローバルビジネス学科	配当学年	1学年
対象コース	デジタル・ビジネスコース	単位数	2
授業担当者	石坂 尚	時間数	30
成績評価教員	石坂 尚	講義期間	春学期
実務者教員	はい	履修区分	選択必修
実務者教員特記欄	本授業は関連業界で職業経験ある講師にて実施される。	授業形態	講義

2. 本授業科目の概要

目的（位置づけ）	流通の機能、小売業のマーケティングの基礎を理解する
到達目標	リテールマーケティング検定内容のうち、リテールマーケティング以外にも応用の利くマーチャンダイジング、ストアオペレーション、マーケティングに絞って理解する。
全体の内容と概要	事例情報をもとに議論をしながら進めるworkshop形式の授業
授業時間外の学修	
履修上の注意事項	
特記事項	

3. 本授業科目の評価方法・基準

評価前提条件			
評価基準	知識（期末試験点） 60%	自己管理能力（出席点） 30%	協調性・主体性・表現力（平常点） 10%
評価方法	期末試験の点数	出席率×0.3 (小数点以下切り上げ)	授業中の活動評価点 (5点を基準に加点・減点)
成績評価基準	評価	評価基準	評価内容
	S	90～100点	特に優れた成績を表し、到達目標を完全に達成している。
	A	80～89点	優れた成績を表し、到達目標をほぼ達成している。
	B	70～79点	妥当と認められる成績を表し、不十分な点が認められるも到達目標をそれなりに成している。
	C	60～69点	合格と認められる最低限の成績を表し、到達目標を達している。
	D	59点以下	合格点と認められる最低限の成績に達しておらず、到達目標を充足しておらず単位取得が認められない。
	F	評価不能	試験未受験等当該科目の成績評価の前提条件を満たしていない。

4. 本授業科目の授業計画

回	日程	講師	授業内容
1	####	石坂 尚	小売業のトレンドとトピックス①（統計で見る傾向、SDGs等）
2	####	石坂 尚	小売業のトレンドとトピックス②（インターネットとDX等）
3	5月1日	授業なし	休講
4	5月8日	石坂 尚	流通と小売業（役割、組織形態、チェーンストア等）
5	####	石坂 尚	流通と小売業（店舗形態、商業集積等）
6	####	石坂 尚	マーチャンダイジング①（商品の基本/マーチャンダイジングの基本）
7	####	石坂 尚	マーチャンダイジング②（商品計画、販売管理、価格政策）
8	6月5日	石坂 尚	ストアオペレーション①（売場作り、ディスプレイの基本、VMD）
9	####	石坂 尚	ストアオペレーション②（デジタル化、マルチチャンネル、オムニチャンネル）
10	####	石坂 尚	小売業のマーケティング①（基本、顧客満足、4P）
11	####	石坂 尚	小売業のマーケティング②（商圈、価格設定の基本等）
12	7月3日	石坂 尚	小売業のマーケティング③（販売促進/FSP等）
13	####	石坂 尚	前期のまとめ/問題を解いてみる
14	####	石坂 尚	前期試験
15	####	石坂 尚	前期試験の解説

5. 本授業科目の教科書・参考文献・資料等

教科書	
参考文献・資料等	
備考	