

令和3(2021)年度 長岡大学シラバス

授業科目名 科目コード	商品学入門 (Introduction to Merchandise) 392086-14500					担当教員	武本 隆行 (タケモト タカユキ)		
科目区分	専門科目	必修・ 選択区分	選択	単 位 数	2	配当年次	2年次	開講期	前期
科目特性	資格対応科目 / 知識定着・確認型 AL								

① 授業のねらい・概要									
小売業のマーチャンダイジングに関する 基礎的な理解を深め、初歩的な販売業務を遂行できる能力を修得できるよう、講義、小テスト、配布 資料などを組み合わせ、体系的に学んでいく。毎日、習慣的に行っている消費行動の場である小売業を「品揃え」の視点で捉えることで、小売業の仕組みを理解することをねらいとする。リテールマーケティング（販売士）検定試験3級「マーチャンダイジング」科目に対応した科目である。									
② ディプロマ・ポリシーとの関連									
職業人として通用する能力専門的知識・技能を活用する能力									
③ 授業の進め方・指示事項									
授業は、①小テスト、②前回授業の復習、③本日の授業、の計3パートで構成される。 各パートの内容は下記である。 ① 時間配分は約10分 出題範囲は前回分に限定し、記述問題20問、資料持込不可で行う。 ② 時間配分は約30分 記憶の再生、定着を促すものであるが、ミニテストの解説という側面もある。 ③ 時間配分は約50分 パワーポイントで説明しつつ、配布された書き込み式の授業資料の空欄を学生自ら埋めていく方法で進める。									
④ 関連科目・履修しておくべき科目									
「マーケティング入門」「流通論入門」「マーケティング1」「初級販売士演習」の4科目と併せて履修することを強く推奨。									
⑤ 標準的な達成レベルの目安									
(i) 小売業のマーチャンダイジングに関する理論、概念などの基礎的な説明が知人・友人にできる (ii) 小売業のマーチャンダイジングに関する計算式、意味を説明できる									
⑥ テキスト（教科書）									
テキストは指定しない。授業資料を適宜配布する。									
⑦ 参考図書・指定図書									
日本商工会議所・全国商工会連合会編『販売士ハンドブック(基礎編)上巻』(キャリアック)									

⑧ 学習の到達目標とその評価の方法、フィードバックの方法								
具体的な学習到達目標	試験	小テスト	課題	レポート	発表・実技	授業への参加・意欲	その他	合計
総合評価割合	50%	30%				20%		100%
(i) 理論、概念の説明	40%	25%				10%		75%
(ii) 関連分野の計算、意味	10%	5%				10%		25%
フィードバックの方法	小テストや小論文を適宜実施。毎回解説・採点のうえ返却。							

⑨ 担当教員からのメッセージ（昨年度授業アンケートを踏まえての気づき等）
「知識の習得」と「思考の基礎体力向上」を通じ、＜主体的に学ぶ力＞の修学を第一義とする

⑩ 授業計画と学習課題				
回数	授業の内容	持参物	授業外の学習課題と時間（分）	
1	イントロダクション		よく利用する小売店の商品構成（部門レベル）を調べる	60分
2	商品とは何か	配布資料	よく購入する商品のコンセプトを考える（対象顧客、提供価値）	60分
3	マーチャダイジングの基本的な考え方	配布資料	チェーンストアにおける本部と店舗のマーチャダイジングサイクルを復習する	60分
4	コンビニエンスストアにみるマーチャダイジングの実態	配布資料	異なる CVS チェーンの同一品目（おにぎり）の価格を比較する	60分
5	商品計画とは何か	配布資料	品揃えの幅と深さを復習する	60分
6	業種・業態による商品構成の違い	配布資料	食品スーパー、ドラッグストアの商品構成（部門レベル）を比較する	60分
7	棚割とディスプレイの実際	配布資料	お気に入り商品のフェイス数を調べる	60分
8	販売計画と仕入計画	配布資料	野菜・海藻、魚介類の支出額の月次変動を調べる（家計調査年報）	60分
9	発注の方式と物流	配布資料	発注方式の種類とメリット・デメリットを復習する	60分
10	在庫管理の理論	配布資料	在庫管理の二つの意味と商品回転率交差比率の考え方を復習する	60分

11	販売管理の考え方	配布資料	販売管理の意味と販売分析の手法を復習する	60分
12	POSシステムの仕組み、活用法	配布資料	POSシステムの構成要素を復習する	60分
13	流通のインフラ、バーコードとは	配布資料	バーコードの仕組みを復習する	60分
14	価格設定の具体的な手法	配布資料	価格戦略と価格戦術、二つの値入率計算を復習する	60分
15	利益確保の仕組み	配布資料	商品1個の利益、店舗全体の利益を復習する	60分

⑪ アクティブラーニングについて	
知識定着・確認型ALを採用する。小売業マーケティングにおけるマーチャンダイジングに関するトピックスをテーマにした課題（参加意欲評価点に含む）を課し、講義の中で解題を行う。	

※以下は該当者のみ記載する。

⑫ 実務経験のある教員による授業科目	
実務経験の概要	
20余年の広告代理店勤務にて、マーケティング戦略の設計から店頭プロモーションの企画・運営、販売スタッフ研修など、分野横断的に実践を重ねる。そうした経験主義に、経営管理学修士(MBA)の取得を通じての系統主義を加えた、実務と理論を架橋し体系化させた業務従事を特徴とする。	
実務経験と授業科目との関連性	
現在の流通業界は単にモノを仕入れて売るというだけではなく、消費者のニーズを探り心理変化を読みとることが求められる。上述の経験をもとに、日常生活を「経済活動」の視点で捉え小売業の現場がより身近に感じることでできる授業構成とする。	