

令和2（2020）年度 長岡大学シラバス

授業科目名	商品学(Commodity Science)					担当教員	武本 隆行 (タケモト タカユキ)		
科目コード	392108-14500								
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	後期
科目特性	資格対応科目								

① 授業のねらい・概要									
<p>小売業のマーチャンダイジングに関する専門的な知識を身に付け、中級レベルの販売業務の遂行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。</p> <p>リテールマーケティング(販売士)検定試験 2級「マーチャンダイジング」科目に対応した科目である。</p>									
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									
<p>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。</p> <p>各パートの内容は下記である。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>									
④ 関連科目・履修しておくべき科目									
「流通論」「ロジスティックス」「マーケティング2」「販売戦略」「販売管理」の5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									
<p>(i) 小売業のマーチャンダイジングに関する理論、概念などについてある程度専門的な説明ができる。</p> <p>(ii) 小売業のマーチャンダイジングに関する計算式、意味、応用計算を説明できる。</p>									
⑥ テキスト（教科書）									
テキストは指定しない。毎回、書き込み式授業資料を配布する。									
⑦ 参考図書・指定図書									
上岡史郎「1回で合格！販売士検定2級テキスト&問題集」成美堂出版									

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	小テストは全 13 回。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）
昨年度担当なし

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(品種レベル)を調べる	60分
2	マーチャンダイジングとは	配布資料	マーチャンダイジングの定義を復習する	60分
3	商品とサービス	配布資料	商品とサービスの違いを復習する	60分
4	商品コンセプトの理解	配布資料	コンセプトの構成要素、事例を復習する	60分
5	仕入計画の立案、発注の方法	配布資料	再発注のパターンを整理する	60分
6	商品計画の立案	配布資料	部門別売上・粗利構成表を復習する	60分
7	商品構成の考え方と棚割	配布資料	新しい商品構成の視点を復習する	60分
8	価格設定①プライスラインとプライスゾーン	配布資料	品種を特定し、プライスラインとプライスゾーンを調べる	60分
9	価格設定②値入計算	配布資料	値入計算の応用を復習する	60分
10	商品管理と在庫管理	配布資料	商品管理と在庫管理の違いを復習する	60分

11	商品回転率の計算、死に筋管理	配布資料	商品回転率計算の応用を復習する	60分
12	販売管理とは	配布資料	カテゴリーマネジメントの意義を復習する	60分
13	予算管理と利益管理	配布資料	価格差異と数量差異の違いを復習する	60分
14	POS システムの活用	配布資料	POS データの活用法を復習する	60分
15	小売業の物流システム	配布資料	業態別物流システムを復習する	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の特徴とする。	
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のできる授業を構成する。	