

## 【参考：開講時予定内容】

講義名	流通・マーケティング特殊研究A		
科目区分	特殊研究科目		
担当教員	秦 洋二 / 白 貞士 / 向山 雅夫 / 清水 信生		
開講期・曜日・時限	前期 金曜日 3時限	授業形態	
	2019年度 大学院（博士課程） 博士課程		
履修開始年次	1年生	単位数	2
		備考	

主題と概要			
<p>本講義は、流通・マーケティング研究分野における研究及び教育を遂行していくにあたり、その基礎となる知識・能力を形成することを目的とする。</p> <p>流通・マーケティング研究分野での研究・教育にあたっては、流通システムの構造や変動、また企業のマーケティング行動をミクロとマクロ、あるいはグローバルな視点から読み解く知識・能力が求められる。</p> <p>本講義では、各受講者がこうした知識・能力をより高次のものとするために必要な課題を選定し、文献レビューとディスカッションを行うことを通じて、各受講者が、研究・教育を遂行していくために求められる基礎力を形成することを目指していく。</p>			

到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 流通・マーケティング研究分野における研究・教育を進めていくための基礎として、流通システムの構造や変動、また企業のマーケティング行動を、ミクロとマクロ、あるいはグローバルな視点から読み解いていくための、より高次の知識が身についている。</li> <li>・ 流通・マーケティング研究に関する諸論点の理解のもと、博士後期課程における研究を遂行していくためのより高次の能力が身についている。</li> </ul>			

提出課題			
授業中の課題レポート			

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック			
適宜、指導時間中にコメント等のフィードバックを行なう。			

評価の基準			
<p>下記の項目を中心に、総合的に評価する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 授業中の課題レポート（40%）</li> <li>・ 議論への参加度（30%）</li> <li>・ 議論の内容（30%）</li> </ul>			

履修にあたっての注意・助言他			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本科目は「流通・マーケティング研究分野J」の専攻科目である。</li> <li>・ 履修にあたっては、「流通・マーケティング特殊研究A」と「流通・マーケティング特殊研究B」をセットで履修すること。</li> <li>・ 講義の進め方や使用する文献、また、評価方法等についての具体的な説明は各期の初回の授業に行う。その際、受講状況等に鑑み、シラバスの内容について、調整・変更を行うことがあるので、初回の授業から、しっかりと参加すること。</li> <li>・ 担当教員については、上記記載の教員の内から1名が担当する。なお、受講状況により、複数クラスの開講となることがあるので、開講クラスに留意するとともに、どのクラスを履修するかについては、演習科目指導教員と相談のうえ決定すること。</li> </ul>			

教科書	
.適宜、指示する。 .	

プリント資料及び参考文献	
適宜、指示する。	

授業計画	
<p>【前期】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 前期ガイダンス</li> <li>2 流通研究分野における主要テーマ（1）</li> <li>3 文献レビュー（1）-1</li> <li>4 文献レビュー（1）-2</li> <li>5 文献レビュー（1）-3</li> <li>6 流通研究分野における主要テーマ（2）</li> <li>7 文献レビュー（2）-1</li> <li>8 文献レビュー（2）-2</li> <li>9 文献レビュー（2）-3</li> <li>10 流通研究分野における主要テーマ（3）</li> <li>11 文献レビュー（3）-1</li> <li>12 文献レビュー（3）-2</li> <li>13 文献レビュー（3）-3</li> <li>14 流通研究分野における研究の展望</li> <li>15 まとめ</li> </ol> <p>【後期】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 前期ガイダンス</li> <li>2 マーケティング研究分野における主要テーマ（1）</li> <li>3 文献レビュー（1）-1</li> <li>4 文献レビュー（1）-2</li> <li>5 文献レビュー（1）-3</li> <li>6 マーケティング研究分野における主要テーマ（2）</li> <li>7 文献レビュー（2）-1</li> <li>8 文献レビュー（2）-2</li> <li>9 文献レビュー（2）-3</li> <li>10 マーケティング研究分野における主要テーマ（3）</li> <li>11 文献レビュー（3）-1</li> <li>12 文献レビュー（3）-2</li> <li>13 文献レビュー（3）-3</li> <li>14 マーケティング研究分野における研究の展望</li> <li>15 まとめ</li> </ol>	

授業形態（アクティブ・ラーニング）	
ア：PBL（課題解決型学習）	
イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）	
ウ：ディスカッション、ディベート	
エ：グループワーク	
オ：プレゼンテーション	
カ：実習、フィールドワーク	

準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間	
各回の内容に関しては、十分な時間をとって予習・復習を行なうことが必要であることを留意すること。	

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述	

実務経験の有無及び活用	

備考	