

広島商船高等専門学校		開講年度	令和06年度 (2024年度)		授業科目	マーチャンダイジング	
科目基礎情報							
科目番号	1944027			科目区分	専門 / 必修		
授業形態	講義			単位の種別と単位数	履修単位: 2		
開設学科	流通情報工学科			対象学年	4		
開設期	通年			週時間数	2		
教科書/教材	販売士3級検定試験テキスト（実務出版）						
担当教員	内山 憲子						
到達目標							
流通・ビジネス系科目として、小売業における一連の作業プロセスとしてのマーチャンダイジングの構成要素と全体像を学習します。そのために、小売業の種類、ストアオペレーション、マーケティングおよび販売・経営管理の概要について基本的なしくみを習得し、その基礎的な知識と技術を流通・ビジネスの実務に応用できる能力（リテールマーケティング(販売士)3級レベル）を身につけます。							
到達目標は次の通りです。 (1) 小売業の種類が説明できる。 (2) マーチャンダイジングの基本的役割が説明できる。 (3) ストアオペレーションの基本的役割が説明できる。 (4) マーケティングの基本的役割が説明できる。 (5) 販売・経営管理の基本的役割が説明できる。 (6) リテールマーケティング(販売士)3級検定試験の合格を目指します。							
ルーブリック							
	理想的な到達レベルの目安		標準的な到達レベルの目安		未到達レベルの目安		
評価項目1	小売業の種類が説明できる。		小売業の基本的役割が理解できる。		小売業の基本的な用語が理解できない。		
評価項目2	マーチャンダイジングの基本的役割が説明できる。		マーチャンダイジングの基本的役割が理解できる。		マーチャンダイジングの基本的な用語が理解できない。		
評価項目3	ストアオペレーションの基本的役割が説明できる。		ストアオペレーションの基本的役割が理解できる。		ストアオペレーションの基本的な用語が理解できない。		
評価項目4	マーケティングの基本的役割が説明できる。		マーケティングの基本的役割が理解できる。		マーケティングの基本的な用語が理解できない。		
評価項目5	販売・経営管理の基本的役割が説明できる。		販売・経営管理の基本的役割が理解できる。		販売・経営管理の基本的な用語が理解できない。		
学科の到達目標項目との関係							
教育方法等							
概要	小売業における一連の作業プロセスとしてのマーチャンダイジングの構成要素と全体像を学習する。 ※この科目では、サービス業での実務経験がある教員が、その経験を活かして実践的な商品計画教育を行う。						
授業の進め方・方法	板書等を中心に進める。 適宜、確認のための練習問題や小テストを行う予定である。 学習方法として、自宅学習を10時間程度行うこと。						
注意点	(1) 教育専門科目であるため、学習内容をしっかりと身に付けた上での応用力や思考力が必要がある。 (2) 学習内容の定着には、日々の予習復習が不可欠である。教科書・問題集などを活用して主体的に学習すること。 (3) 課題を出題するので期限期限を守ること。 (4) 学習内容についてわからないことがあれば、積極的に質問すること。						
授業の属性・履修上の区分							
☐ アクティブラーニング		☐ ICT 利用		☒ 遠隔授業対応		☒ 実務経験のある教員による授業	
授業計画							
		週	授業内容		週ごとの到達目標		
前期	1stQ	1週	1..小売業の種類：流通における小売業の基本的役割		流通における小売業の基本的役割について説明できる。		
		2週	1..小売業の種類：流通経路別小売業の基本的役割		流通経路別小売業の基本的役割について説明できる。		
		3週	1..小売業の種類：形態別小売業の基本的役割		形態別小売業の基本的役割について説明できる。		
		4週	1..小売業の種類：店舗形態別小売業の基本的役割		店舗形態別小売業の基本的役割について説明できる。		
		5週	1..小売業の種類：チェーンストアの基本的役割		チェーンストアの基本的役割について説明できる。		
		6週	1..小売業の種類：商業集積の基本的役割と仕組み		商業集積の基本的役割と仕組みについて説明できる。		
		7週	2.マーチャンダイジング：商品の基本知識とマーチャンダイジングの基本		商品の基本知識とマーチャンダイジングの基本について説明できる。		
		8週	2.マーチャンダイジング：商品計画の基本		商品計画の基本について説明できる。		
	2ndQ	9週	2.マーチャンダイジング：商品計画の基本		商品計画の基本について説明できる。		
		10週	2.マーチャンダイジング：仕入計画の基本的役割		仕入計画の基本的役割について説明できる。		
		11週	2.マーチャンダイジング：在庫管理の基本的役割		在庫管理の基本的役割について説明できる。		
		12週	2.マーチャンダイジング：販売管理の基本的役割		販売管理の基本的役割について説明できる。。		
		13週	2.マーチャンダイジング：価格設定の基本的考え方		価格設定の基本的考え方について説明できる。		
		14週	2.マーチャンダイジング：利益追求の基本知識		利益追求の基本知識について説明できる。		
		15週	3ストアオペレーション：ストアオペレーションの基本的役割		ストアオペレーションの基本的役割について説明できる。		
		16週	前期末試験				
後期	3rdQ	1週	3ストアオペレーション：ディスプレイの基本的役割		ディスプレイの基本的役割について説明できる。		
		2週	3ストアオペレーション：作業割当ての基本的役割		作業割当ての基本的役割について説明できる。		
		3週	3ストアオペレーション：人的販売の基本的考え方		人的販売の基本的考え方について説明できる。		

		4週	4.マーケティング：小売業のマーケティングの基本的考え方	小売業のマーケティングの基本的考え方について説明できる。
		5週	4.マーケティング：顧客管理の基本的役割	顧客管理の基本的役割について説明できる。
		6週	4.マーケティング：販売促進の基本的役割が理解できる。	販売促進の基本的役割について説明できる。
		7週	4.マーケティング：商圏の設定と出店の基本的考え方	商圏の設定と出店の基本的考え方について説明できる。
		8週	4.マーケティング：商圏の設定と出店の基本的考え方	商圏の設定と出店の基本的考え方について説明できる。
	4thQ	9週	4.マーケティング：売り場づくりの基本的考え方	売り場づくりの基本的考え方について説明できる。
		10週	5.販売・経営管理：販売員の基本業務	販売員の基本業務について説明できる。
		11週	5.販売・経営管理：売員の法令知識	販売員の法令知識について説明できる。
		12週	5.販売・経営管理：販売事務と計数管理の基本的知識が理解できる。	販売事務の基本的知識について説明できる。
		13週	5.販売・経営管理：計数管理の基本的知識	計数管理の基本的知識について説明できる。
		14週	5.販売・経営管理：売場の人間関係	売場の人間関係について説明できる。
		15週	5.販売・経営管理：店舗管理の基本的役割	店舗管理の基本的役割について説明できる。
		16週	学年末試験	

評価割合

	定期試験	課題等	相互評価		ポートフォリオ	その他	合計
総合評価割合	60	40	0	0	0	0	100
基礎的能力	30	20	0	0	0	0	50
専門的能力	30	20	0	0	0	0	50
分野横断的能力	0	0	0	0	0	0	0