北海商科大学　講義概要（シラバス）

2019年度

科目名	コマース研究ゼミナールⅠ	科目コード	1209	単位数	2
担当者名	田村　亨	開講セメスター	第4セメスター	開講年次	2年次

授業のねらい

企業と消費者は、市場という時空間の中で様々な流通活動を行っている。その中の商業空間を構成する要素は、土地、自然資源、社会資本、制度資本の４つとされ、その魅力がグローバルに動き回る人・モノ・情報・お金を引き付ける。ゼミナールでは、商業空間の拠点整備プロジェクトを対象にプロジェクト・ファインディングの手法を習得することにより、自らの課題を発見し解決する能力を身につける。

到達目標

・消費者行動と企業立地行動の理論を習得する
・プロジェクトのリスク分析方法を習得する
・SWOT分析手法を習得する
・以上をとおして、習得した知識および技能により、自ら課題を発見し解決する能力を身につける

授業内容

1週目 プロジェクトファインディングとは
2週目 プロジェクトを構成する５要素
3週目 消費者の行動理論
4週目 企業の立地戦略
5週目 情報管理
6週目 消費者と企業の選択
7週目 集団の選択（社会合意形成）
8週目 商業空間プロジェクトのリスク分析
9週目 商業空間プロジェクトのＰＤＣＡ
10週目 商業空間プロジェクトづくり（ＳＷＯＴ分析の基礎）
11週目 商業空間プロジェクトづくり（ＳＷＯＴ分析の応用）
12週目 事例研究　消費者の行動
13週目 事例研究　企業の立地
14週目 プレゼンティション　消費者の行動
15週目 プレゼンティション　企業の立地
16週目 プロジェクトの評価

準備学習(予習・復習)等の内容

ゼミナールは、「講義」と「ケース・ディスカッション」から構成され、与えられた課題について討論するため予習が必要となる。以上を対応するため、週３時間の予習と復習を行うこと。

成績評価の方法・基準

事例分析した結果をプレゼンティションすることにより評価する

履修上の留意点/課題に対するフィードバックの方法

公表データを用いた具体的な実証分析が求められる

テキスト

ゼミナール時に資料を配布する

参考書

伊藤香織ほか、シビックプライド、株式会社宣伝会議、2008年
ISBN978-4-88335-208-1

更新日付

2019/02/01 11:22