

科目名	コマース研究ゼミナール	科目コード	1210	単位数	2
担当者名	田村 亨	開講セメスター	第5セメスター	開講年次	3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、商業空間における「にぎわい空間づくり」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

- ・ 立地適正化計画について、その立案方法を習得する
- ・ エリア・マネジメント手法を習得する
- ・ 業務地区更新（BID）の手法を習得する
- ・ 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 なぜ、人は都市に集まるのか
- 2週目 都市と農村
- 3週目 まちづくりの主体は誰か
- 4週目 土地利用計画
- 5週目 都市施設計画
- 6週目 計画手続き
- 7週目 にぎわい空間づくりにおけるエリア・マネジメント
- 8週目 立地適正化
- 9週目 地域拠点づくり
- 10週目 業務地区更新（Business Improvement District ; BID）
- 11週目 広域都市圏におけるにぎわい空間づくり
- 12週目 魅力ある商業空間
- 13週目 美しい商業空間
- 14週目 プレゼンテーション： 土地利用計画
- 15週目 プレゼンテーション： 都市施設計画
- 16週目 都市の未来

● 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。以上に対応するため、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ー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2、株式会社宣伝会議、2015年  
ISBN978-4-88335-328-6

● 更新日付

2019/02/01 11:23