

科目名	コマース研究ゼミナール	科目コード	1211	単位数	2
担当者名	田村 亨	開講セメスター	第6セメスター	開講年次	3年次
授業の方法	演習	実務経験	無		

● 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、国土・地域計画の立場から商業空間のグローバル化と空間づくりの担い手について学ぶことにより、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

- ・ 国土・地域計画の枠組みを理解し、用語を的確に使えるようになる
- ・ 経済効果の計測方法を習得し、用語を的確に使えるようになる
- ・ 生活質向上効果の計測方法を習得し、用語を的確に使えるようになる
- ・ 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できるようになる

● 授業内容

- 1週目 経済効率性評価
- 2週目 経済分析で何を計測するか
- 3週目 わが国の世界市場戦略
- 4週目 相互補完性
- 5週目 自由化（市場化）と地方分権
- 6週目 少子高齢化と安全
- 7週目 ミレニアムズ
- 8週目 生活のよさ（Well-Being）と公共性
- 9週目 社会的選択、合意形成、意思決定
- 10週目 公企業と私企業、起業
- 11週目 人的社会資本
- 12週目 事例研究: グローバル化
- 13週目 事例研究： 担い手づくり
- 14週目 プレゼンテーション: グローバル化
- 15週目 プレゼンテーション： 担い手づくり
- 16週目 国土・地域の未来

● 準備学修（予習・復習）の具体的な内容及びそれに必要な時間

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。（予習）講義の中で次回講義のキーワードを示すので、インターネットを用いて調べてくる（90分程度）。（復習）講義の理解が不十分な箇所を明確にして、次回講義で質問できるように自分の考えと質問をノートにまとめる（30分程度）。

● 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

公表データを用いた具体的な実証分析が求められる

● 課題に対するフィードバックの方法

毎回、講義の中で質問を行い、学生の回答に対する評価を講義の最後に行う

● テキスト

ゼミナール時に資料を配布する

● 参考書

石原武政ほか『まちづくりを学ぶ』（有斐閣ブックス）2010年、2300円

● 更新日付

2022/01/19 10:59