

産業能率大学 情報マネジメント学部

ショップビジネス	履修年次	2	
	単位	2	
榎永 慶司	配当期	後	
	授業方法	講義 / On-D	
<b>授業の内容</b>			
<p>[授業の概要]</p> <p>具体的なコンテンツでいうと、計画購買個数を増やすための「インスタ・プロモーション」、非計画購買個数を増やすためと買上商品単価アップのための「インスタ・マーチャンダイジング」、既存顧客の来店回数を増やし新規顧客も増やす「エリア・マーケティング」、ショップの目標達成のための「ストア・マネジメント」を中心にして授業をする。</p> <p>さらにショップ(店舗)側は、生活者のニーズをどのように把握するかを最初に行なわなければならない。その次にその生活者のニーズをいかに応えることができるかを考えなければショップビジネスはうまくいかないことから授業はスタートする。なお、全ての授業外学習の指示や提出はmanabaで行う。</p>			
<b>この科目の到達目標</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ショップビジネスが最低限どのような要素で運営されていて、かつ利益を出しているかの知識を理解できている</li> <li>・ショップ運営に必要なスキルを身につけることができ、かつショップマネジメントに必要な行動力を身につけることができる</li> <li>・ショップ運営に興味、関心を持つことができ、今後ショップに行ったとき授業で学んだことを行っているかどうかを理解することができる</li> </ul>			
<b>成績評価の方法</b>			
全授業出席が大前提。授業外学習、及び提出課題は自分の言葉で書くこと(独自性)を評価。定期試験は基本知識を確認する			
週	授業項目	週	授業項目
1	オリエンテーション	8	インスタ・マーチャンダイジング③(公式)
2	ショップの利益(儲け)を考えてみる	9	インスタ・マーチャンダイジング④(総括)
3	ショップの概要を決める	10	ショップのプロモーション
4	売上を増やす方法	11	ストア・マネジメント①
5	エリア・マーケティング	12	ストア・マネジメント②
6	インスタ・マーチャンダイジング①(導入)	13	新規出店するための企画書作成
7	インスタ・マーチャンダイジング②(陳列)	14	まとめ(総括)