

科目名 (Subject)	現代商学Ⅱ Modern Commerce II		
単位数 (Credits)	2 単位	開講時期	前期
担当教員名 (Name)	高宮城 朝則 TAKAMIYAGI, Tomonori	研究室番号 (Office)	
Office Hours	事前に連絡をしてください。		
1. 授業目的・方法 (Course objective and method)			
<p>この授業は商学の研究プロセスに不可欠な文献レビューの方法を習得することを通じて、現代の商学に関する理論と研究状況を理解することを目的とします。</p> <p>現代の商学を構成する様々な学科目を研究するためには多様なアプローチがありますが、どのアプローチにも共通しているのが過去の学術研究（文献）の成果を的確に把握するという事です。学術研究は過去の蓄積にたいして何を付加するのかという視点が最も重要であり、過去の研究成果に根ざしていない取り組みは学術研究ではなくただの独善的な行いにすぎません。つまり文献レビューは学術研究の基礎の基礎であるわけです。</p> <p>しかしこれまで研究・調査方法論の入門コースや書籍などでは、文献レビューにどのように取り組めばいいのか、その適切な方法がほとんど明らかにされていませんでした。そこでこの授業では文献レビューの基礎的な方法について習得することを狙いとします。また検討素材としてマーケティング・流通の学術雑誌に掲載された論文を取り上げ、それを通じて最新の商学研究の動向を把握することも狙いとします。</p> <p>授業は指定した教材についての予習課題への取り組み、クラスでの課題の報告とディスカッションの形式で進めていきます。また後半からは受講者の希望するテーマに合わせて文献レビューに取り組んでもらい、その経過を授業で報告してもらいます。その成果を期末レポートとします。なおクラスでの講義・ディスカッションはすべて日本語で行います。</p>			
2. 授業内容 (Course contents)			
<p>授業は次の項目にそって進めていきます。</p> <p>第1回 オリエンテーション：授業内容・進行方法・予習復習方法の説明、教材の指定</p> <p>第2～3回 文献レビュー方法の基礎 予習課題：教材①第1～3章の各章 復習課題：クラスでの検討事項の整理</p> <p>第4～5回 文献探索の方法 予習課題：教材②の諸章、各自のテーマに沿った文献探索の準備 復習課題：クラスでの検討事項に沿った文献探索の調整</p> <p>第6～9回 文献レビュー方法の展開 予習課題：教材①第4～7章の各章 復習課題：クラスでの検討事項の整理</p> <p>第10～11回 文献レビューの実際：文献レビュー論文の検討 予習課題：各回とも教材③からの論文2本 復習課題：クラスでの検討事項の整理、各自の文献レビュー課題の準備</p> <p>第12～14回 文献レビューの実際：実証研究における文献レビュー 予習課題：各回とも教材③からの論文2本 復習課題：クラスでの検討事項の整理、各自の文献レビュー課題の準備</p> <p>第15回 文献レビュー課題のプレゼンテーション 予習課題：各自の文献レビュー課題のプレゼンテーション準備 復習課題：文献レビュー課題の修正</p>			
3. 使用教材 (Teaching materials)			
<p>次の文献を教材として使用しますが、配付・入手方法についてはオリエンテーションで説明します。</p> <p>① Hart, Chris (1998, 2018) , Doing a Literature Review: : Releasing the Research Imagination, London: Sage.</p> <p>② Hart, Chris (2001) , Doing a Literature Search : A Comprehensive Guide for the Social Sciences, London: Sage.</p> <p>③ 「流通研究」誌、「季刊マーケティング・ジャーナル」誌の掲載論文</p>			

- ④ 次の書籍の一部を教材として採り上げます。
- ・田村正紀 (2006) 『リサーチ・デザイン』 白桃書房
 - ・須田敏子 (2019) 『マネジメント研究への招待』 中央経済社

4. 成績評価の方法(Grading)

成績評価は次の表の構成にしたがって行いますが、とりわけ予習課題の作成・報告ならびに授業でのディスカッションへの参加の度合いを重視します。

評 価 の 要 素	ウェイト
出席率	10 %
授業への参加度 (課題の報告、ディスカッション)	30 %
ホームワーク (事前課題の提出)	30 %
期末レポート課題	30 %

5. 成績評価の基準 (Grading Criteria)

前項における評価の要素に基づき、次の通り総合評価を行います。

- ・秀 (90～100 点) : 文献レビューの方法の修得ならびにそれを通じた商学研究にかかわる理解についてきわめて秀でた達成度である。
- ・優 (80～89 点) : 文献レビューの方法の修得ならびにそれを通じた商学研究にかかわる理解について優れた達成度である。
- ・良 (70～79 点) : 文献レビューの方法の修得ならびにそれを通じた商学研究にかかわる理解について十分な達成度である。
- ・可 (60～69 点) : 文献レビューの方法の修得ならびにそれを通じた商学研究にかかわる理解について最低限の達成度である。

6. 履修上の注意事項(Remarks)

欠席が規定回数を超える場合は受講を取り止めてもらいます。また欠席して課題を提出できない場合は、事後に課題を提出してもらいます。

またこの授業は商学、とりわけマーケティングと流通システムについての学部レベルの知識を前提として行います。その目安としては次の書籍の内容を習得していることとします。

- 石井淳蔵, 廣田章光, 他『1からのマーケティング』碩学舎 (各版)
 黒岩 健一郎, 水越 康介『マーケティングをつかむ』有斐閣 (各版)
 石原 武政, 竹村 正明, 他『1からの流通論』碩学舎 (各版)