

教科	商業	科目	マーケティング	単位数	2
学年	2年	類型	地域ビジネス科		
教科書(出版社)	マーケティング(実教出版)				
副教材(出版社)	マーケティング問題集 新訂版(実教出版)				
授業の概要	企業やその他の組織が提供する商品について、マーケティングに関する基礎的な知識と技術を身に付けるとともに、マーケティングの重要性について理解し、計画的、合理的なマーケティング活動ができるようにする。				
授業の目標	1 激しく変化する現代市場において、マーケティングが果たす役割とその意義を理解する。 2 マーケティングに関する体系的な知識と技術を習得する。 3 マーケティング活動を計画的、合理的に行う能力を身に付ける。				
年間 学習 計画		学習内容(単元・項目)		学習目標	
	1 学期	第1章 現代市場とマーケティング 第2章 市場調査 第3章 消費者行動		・マーケティングの意味とその発展の動向について理解する。 ・マーケティング活動における市場調査の重要性を認識する。 ・企業によるマーケティング活動が、消費者の購買活動にどのような影響を与えるかを理解する。	
	2 学期	第4章 販売計画 第5章 製品計画 第6章 仕入計画と商品管理 第7章 販売価格 第8章 販売経路		・販売計画は、マーケティング活動の原点であり、合理的な企業活動のためには的確な販売計画が必要であることを理解する。 ・マーケティングの中で製品計画が果たす役割の大きさを理解する。 ・売買業における仕入計画の重要性と、その計画立案の手順を理解する。 ・市場での価格形成のメカニズムを、需要と供給との関係から一般論として理解したうえで、現代市場における価格の種類について理解する。 ・販売経路の概念とマーケティング活動における販売経路政策の位置付けを理解する。	
	3 学期	検定試験 第9章 販売促進		・全商商業経済検定2級を取得する。 ・マーケティング活動における販売促進の役割を認識し、その方法や種類を理解する。	
観点別 評価	関心・意欲・態度	思考・判断	技能・表現	知識・理解	
	マーケティングに関心を持ち、その知識と技術の習得を目指して取り組んでいる。 マーケティングに関する情報を適切に収集処理して活用する実践的な態度を身に付けている。	これからのビジネス社会におけるマーケティング活動の諸問題の解決を目指して自ら思考を深めている。 基礎・基本的な知識と技術を活用して適切に判断し、創意工夫をする能力を身に付けている。	ビジネスマンとしての基礎的・基本的な技術・表現力を身に付けている。 ビジネスの諸活動におけるマーケティングに関する情報を適切に収集、処理するとともに、その成果を適切に表現できている。	マーケティングの基礎的・基本的な知識を身に付け、理解している。 ビジネスの諸活動におけるマーケティングに関する情報の意義や役割を理解している。	
備考	4つの観点に基づき、各学期ごとに定期考査までの学習のまとめりにごに評価し、100点法で評価する。また、学年末の評価は、各学期の評価を平均し総合的に評価する。				