

商業（マーケティング）

履 修 単 位	4 単位	学 年	2 年
学 科 コ ー ス	商業科・地域貢献コース	区 分	必修 ・ 選択
使 用 教 科 書	7 実教 商業 7 1 8 マーケティング		
副 教 材 等	マーケティング準拠問題集 （実教出版） 全商商業経済検定模擬試験問題集 1 ・ 2 級 マーケティング （実教出版）		

1. 科目を通した学習内容と学習目標

商業の見方・考え方を働かせ、実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通して、マーケティングに必要な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。

(1) マーケティングについて実務に即して体系的・系統的に理解するとともに、関連する技術を身に付けるようにする。

(2) マーケティングに関する課題を発見し、ビジネスに携わる者として科学的な根拠に基づいて創造的に解決する力を養う。

(3) ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自ら学び、マーケティングに主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

2. 授業を受けるにあたってのアドバイス

- ・授業の中で実際の企業で行われているマーケティング活動を事例として取り上げることもあります。日頃から新聞，テレビ等のニュースに触れたり，普段の生活の中で買い物をしたりするときなど，様々な場面で身の回りのマーケティング活動に興味をもち，学習内容と関連付けてほしいです。
- ・地域連携活動に取り組む際，地域の方とやりとりをしながら活動をする機会もあります。自分の考えを伝えたり，相手と意見交換をする活動などを通して，他者との良好な人間関係をつくる力を身につけ，地域の良さや課題と向き合い，自分も地域の一員であるという気持ちや郷土を大切にする気持ちを育んでください。また，マーケティングの学習内容と関連付けながら活動し，どうすればより良くなるのだろうという視点をもって学習に取り組みましょう。
- ・2月に実施される商業経済検定「マーケティング」に挑戦し，学習の到達度をはかることができます。

3. 科目を通した評価の観点と評価方法

観点	知識・技能（技術）	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
観 点 の 趣 旨	企業における事例など実際のマーケティングと関連付けられ，ビジネスの様々な場面で役に立つマーケティングに関する知識と技術を身に付けている。	マーケティングをはじめとした様々な知識，技術などを活用し，マーケティングに関する課題を発見するとともに，科学的な根拠に基づいて工夫してよりよく解決することについて考えている。	ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自らマーケティングについて学ぶ態度及び組織の一員として自己の役割を認識して当事者としての意識をもち，他者と信頼関係を構築して積極的に関わり，責任をもって取り組んでいる。
評 価 方 法	・ 単元テスト ・ 定期考査 ・ ワークシート	・ 単元テスト ・ 定期考査 ・ ワークシート ・ 授業の取り組み ・ 地域連携活動への取り組み	・ 定期テスト ・ ワークシート ・ 授業の取り組み ・ 地域連携活動への取り組み

上に示す観点に基づいて，学習のまとまり（単元）ごとに評価し，学年末に5段階の評定にまとめます。学習内容に応じて，それぞれの観点を適切に配分し，評価します。

4. 年間を通した学習計画

(より詳細な「学習内容・ねらい」・「評価の観点・評価方法」等については、各単元の最初の授業等で説明します。)

知識・技能＝【知技】 思考・判断・表現＝【思判表】 主体的に学習に取り組む態度＝【態度】

学期	単元の学習内容	単元の学習目標（ねらい）	単元の評価規準	主な評価の観点			備考
				知技	思判表	態度	
一学期	第1章 マーケティングの概要	・マーケティングを学ぶ意義を理解する。 ・現代市場の特徴を理解し、マーケティングの考え方や手順について学ぶ。	・マーケティングを学ぶ意義を理解している。 ・現代市場におけるマーケティングの概要について理解している。	○			
		・現代市場における消費者保護や環境問題，法令遵守，企業の社会的責任などの重要性について理解を深める。	・マーケティングの意義と課題について，現代市場の特徴と関連付けて見いだしている。		○		
		・マーケティングの意義や一連の流れを学ぶ。	・現代市場におけるマーケティングについて自ら学び，経済や消費者の動向などを踏まえ，主体的かつ協働的に取り組んでいる			○	
	第2章 消費者行動の理解	・マーケティング計画の立案に必要な消費者行動について学ぶ。	・マーケティング計画の立案に必要な消費者行動について理解している。	○			
		・消費者の心理や購買意思決定までの過程，消費者行動に影響を与える要因について理解する。	・購買意思決定までの過程について，消費者の心理と消費者行動に影響を与える要因を関連付けて見いだすことができる。		○		
		・消費者行動について自ら学び，主体的かつ協働的に取り組む。	・消費者行動の理解について自ら学び，主体的かつ協働的に取り組んでいる。			○	
	第3章 市場調査	・市場調査について理解し，関連する技術を学ぶ。	・市場調査について企業における事例と関連付けて理解するとともに，関連する技術を身に付けている。	○			
		・市場調査に関する課題を発見し，科学的な根拠に基づく調査計画を立案して実施し，評価・改善するとともに，市場調査で得られた情報を科学的に分析する。	・市場調査に関する課題を発見し，それを踏まえ，科学的な根拠に基づいて，調査計画を立案して実施し，評価・改善するとともに，市場調査で得られた情報を科学的に分析することができる。		○		
		・市場調査について自ら学び，マーケティングに必要な情報の収集と分析に積極的に取り組む。	・市場調査について自ら学び，マーケティングに必要な情報の収集と分析に主体的かつ協働的に取り組んでいる。			○	
	第4章 STP	・STP分析を理解し，関連する技術を学ぶ。	・STP分析について企業における事例と関連付けて理解するとともに，関連する技術を身に付けている。	○			
		・STP分析に関する課題を発見し，科学的な根拠に基づいてその解決方法を考える。	・STP分析に関する課題を発見し，それを踏まえ，科学的な根拠に基づいて対応策を考えている。		○		
		・STP分析について自ら学び，主体的かつ協働的に取り組む。	・STP分析について自ら学び，主体的かつ協働的に取り組んでいる。			○	
二学期	第5章 製品政策	・製品政策について企業における事例と関連付けて理解する。	・製品政策について企業における事例と関連付けて理解している。	○			
		・製品政策に関する課題を発見し，それを踏まえ，科学的な根拠に基づいて，製品政策を立案して実施し，評価・改善する。	・製品政策に関する課題を発見し，それを踏まえ，科学的な根拠に基づいて，製品政策を立案して実施し，評価・改善している。		○		
		・製品政策について自ら学び，経済や消費者の動向などを踏まえ，製品政策に主体的かつ協働的に取り組む。	・製品政策について自ら学び，経済や消費者の動向などを踏まえ，製品政策に主体的かつ協働的に取り組んでいる。			○	

二 学 期	第6章 価格政策	・価格政策について企業における事例と関連付けて理解する。	・価格政策について企業における事例と関連付けて理解している。	○			
		・価格政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、価格政策を立案して実施し、評価・改善する。	・価格政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、価格政策を立案して実施し、評価・改善している。		○		
		・価格政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、価格政策に主体的かつ協働的に取り組む。	・価格政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、価格政策に主体的かつ協働的に取り組んでいる。			○	
	第7章 チャネル政策	・チャネル政策について企業における事例と関連付けて理解する。	・チャネル政策について企業における事例と関連付けて理解している。	○			
		・チャネル政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、チャネル政策を立案して実施し、評価・改善する。	・チャネル政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、チャネル政策を立案して実施し、評価・改善している。		○		
		・チャネル政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、チャネル政策に主体的かつ協働的に取り組む。	・チャネル政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、チャネル政策に主体的かつ協働的に取り組んでいる。			○	
	第8章 プロモーション政策	・プロモーション政策について企業における事例と関連付けて理解する。	・プロモーション政策について企業における事例と関連付けて理解している。	○			
		・プロモーション政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、プロモーション政策を立案して実施し、評価・改善する。	・プロモーション政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、プロモーション政策を立案して実施し、評価・改善している。		○		
		・プロモーション政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、プロモーション政策に主体的かつ協働的に取り組む。	・プロモーション政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、プロモーション政策に主体的かつ協働的に取り組んでいる。			○	
三 学 期	第9章 マーケティングのひろがり	・マーケティングの広がりについて企業における事例と関連付けて理解する。	・マーケティングの広がりについて企業における事例と関連付けて理解している。	○			
		・マーケティングの広がりに関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいてその解決方法を考える。	・マーケティングの広がりに関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて対応策を考えている。		○		
		・マーケティングの広がりについて自ら学び、主体的かつ協働的に取り組む。	・マーケティングの広がりについて自ら学び、主体的かつ協働的に取り組んでいる。			○	