※令和３年度以前入学生用

学校番号	２２０１

令和５年度　商業科

教科	商業	科目	マーケティング	単位数	２	年次	２～３
使用教科書	「マーケティング　新訂版」　（実教出版）						
副教材等	「マーケティング問題集」　（実教出版）						

１　担当者からのメッセージ（学習方法等）

授業の話題は企業の行動が中心となります。私たち（消費者）の生活上、関係がとても深い内容で専門的ではありますが、とても身近で具体的なものです。
学習を通じて、マーケティングの全体像を理解するとともに、何か一つでも興味の持てるテーマを見つけ出してほしいと考えています。さらにマーケティングに関連する職業への関心を持ち、進路選択の幅が広がるよう期待します。

２　学習の到達目標

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させ、マーケティングに関する体系的な知識と技術を習得させるとともに、マーケティング活動を計画的、合理的に行う能力と態度を育てる。そして、マーケティングに関連する職業への認識を深めさせ、進路選択の幅を広げる。

３　学習評価(評価規準と評価方法)

観点	a:関心・意欲・態度	b:思考・判断・表現	c:技能	d:知識・理解
観点の趣旨	マーケティングについて関心をもち、マーケティング活動を計画的、合理的に行うことを目指して主体的に取り組もうとするとともに、マーケティング活動を行う実践的な態度を身につけているか	マーケティング活動を計画的、合理的に行うことを目指して思考を深め、基礎的・基本的な知識と技術をもとに，ビジネスの諸活動に携わる者として適切に判断し、表現する創造的な能力を身につけているか	マーケティングに関する基礎的・基本的な技術を身につけ、マーケティング活動を合理的に計画し、その技術を適切に活用できるか	マーケティングに関する基礎的・基本的な知識を身につけ、マーケティングの意義や役割について理解しているか
評価方法	・定期考査 （中間・期末） ・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等	・定期考査 （中間・期末） ・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等	・定期考査 （中間・期末） ・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等	・定期考査 （中間・期末） ・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等

上に示す観点に基づいて、学習のまとまりごとに評価し、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。

※令和３年度以前入学生用

４　学習の活動

月	単元名	学習内容	主な評価の観点 a	b	c	d	単元(題材)の評価規準	評価方法
10	第1章　現代市場とマーケティング	1. 現代市場の特徴 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びます。 2. マーケティングの概要 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ます。 マーケティングの意義や一連の流れを学びます。	○ ○ ○	 ○		○ ○ ○	a・b: 現代市場やマーケティングの基礎概念、マーケティングに関する基本的な理念に関心を持ち、主体的に学習に取り組んでいるか。 d: マーケティングの役割について、企業の社会的責任の重要性について考察し、理解を深めることができたか。	・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等
	第2章　市場調査	1. 市場調査の意味 2. マーケティングの概要 3. 実態調査の方法 市場調査の意味や手順を学び、市場調査を行う課題を考察します。 情報収集・分析・報告書の作成を通して主体的に市場調査に取り組むための知識・技術を学びます。	○ ○	○	 ○	○ ○	a・b: 市場調査の意義について理解し、主体的に実践しようとする態度が見られるか。 c・d: 市場調査を行うための情報収集を適切に行い、分析・加工する知識・技術が修得できているか。	・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等
11	第3章　消費者行動	1. 消費者行動と購買 2. 購買意思決定過程 3. 製品のライフサイクルと普及 消費財市場における消費者行動の特徴について学びます。 消費者行動に与える要因や消費者の意思決定過程について理解を深めます。	○ ○	 ○		○ ○	a・b・d: 消費者行動の基本的な特性や、購買意思決定に影響を与える要因について理解したか。 製品ライフサイクルに対応したマーケティングの展開方法についてイノベーター理論とあわせて理解したか。	・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等
	第4章　販売計画	1. 販売計画と販売予測 2. 販売計画の立案・実施・統制 販売計画の必要性、販売計画の立案および売上高の予測方法について学び、商品計画を立案し、実施するための基礎的・基本的な知識・技術を学びます。	○		○	○	a・c・d: 一定期間における販売目標や販売活動計画、販売予算など販売計画の立案・統制に必要な事項についての基礎的な知識と技術を理解したか。	・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等
12	第5章　製品計画	1. 製品計画の概要 2. 製品ミックスと製品政策 製品計画の意義と製品ミックスを中心とした製品政策の重要性について理解を深めます。	○	○		○	a・b・d: 製品計画の概要を理解したか。 製品ミックスと製品政策について、販売形態ごとの効果を理解したか。	・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等
		中間考査 教科書P8～P112	○	○	○	○		定期考査
	第6章　仕入計画と商品管理	1. 仕入計画 2. 商品管理 仕入計画と商品管理の意義、仕入計画の立案の手順および在庫管理の方法について学びます。	○			○	a・d: 仕入方法の特徴や価格に与える影響を学び、最適な仕入計画を立案するための知識と技術を理解したか。	・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等
	第7章　販売価格	1. 販売価格の決定 2. 価格戦略 価格決定に影響を与える要因や生産者・卸売業者・小売業者の価格戦略の概要を学びます。 市場の動向と価格決定との関係について基礎的・基本的な知識を学びます。	○ ○			○ ○	a・d: 適正な商品管理方法を学び、計画的に商品管理をするための知識が身についているか。 需要と供給の関係を理解し、価格決定のプロセスに関する知識を身につけているか。	・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等
1	第8章　販売経路	1. 販売経路の設定 2. 販売経路の強化 販売経路の設定の考え方、販売経路の強化について理解を深めます。 効率的な販売経路を設定する能力の基礎を修得します。	○ ○	○		○ ○	a・b・d: 適切な販売経路を設定するための考え方を学び、価格や消費者に与える影響について理解しているか。 販売経路を強化するために企業が見直すべき要点について理解しているか。	・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等

※令和３年度以前入学生用

1・2	第9章 販売促進	1. 販売促進の重要性 2. 広告 3. 販売員活動 4. ブランド 5. 信用販売 6. その他の販売促進 販売促進の概要と重要性について理解し、効果的な販売促進の方法に関する基礎的･基本的な知識を学びます。 現代市場における販売促進の具体的なサービスについての効果を学び、理解を深めます。	○ ○	○	○	○ ○	a・b・d: 販売促進の具体的な方法について理解しているか。 広告の種類と効果的な使い方について理解しているか。 販売員に必要な対応方法について理解し、実践しようとする態度が見られるか。	・小テスト ・課題プリント ・問題集 その他、授業中での発言等
		期末考査 教科書P114～P208	○	○	○	○		定期考査

※　表中の観点について　a:関心・意欲・態度　　b:思考・判断・表現
　　c:技能　　d:知識・理解

※　年間指導計画（例）作成上の留意点

・原則として一つの単元（題材）で全ての観点について評価することとなるが、学習内容（小単元）の各項目において特に重点的に評価を行う観点（もしくは重み付けを行う観点）について○を付けている。