※令和３年度以前入学生用

学校番号	1016

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単位	年次	３年次
使用教科書	マーケティング　新訂版（実教出版）						
副教材等	問題集						

１　担当者からのメッセージ（学習方法等）

商業の各分野に関する基礎的・基本的な知識と技術を習得させ，ビジネスの意義や役割について理解させるとともに，ビジネスの諸活動を主体的，合理的に，かつ倫理観をもって行い，経済社会の発展を図る創造的な能力と実践的な態度を育てる。

２　学習の到達目標

マーケティングに関する知識と技術を習得させ，マーケティングの意義や役割について理解させるとともに，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。

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付けている。	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基に，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付けている。	マーケティングに関する基礎的・基本的な技術を身に付け，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している。	マーケティングに関する基礎的・基本的な知識を身に付け，マーケティングの意義や役割について理解している。
評価方法	学習状況の観察 ノートやワークシートの記述 小テスト 単元テスト レポート、発表 相互評価・自己評価 等	学習状況の観察 ノートやワークシートの記述 小テスト 単元テスト 定期テスト レポート、発表 相互評価・自己評価 等	学習状況の観察 小テスト 単元テスト 定期テスト	学習状況の観察 ノートやワークシートの記述 小テスト 単元テスト 定期テスト 定期考査の結果 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

学期	単元名	学習内容	主な評価の観点				単元(題材)の評価規準	評価方法
			a	b	c	d		
一学期	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,法令順守,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;現代市場やマーケティングの基礎概念について関心を持ち，主体的に学習に取り組んでいるか。（観察法） b:マーケティングに関する基本的な理念について関心を持ち，主体的に学習に取り組んでいるか。（観察法） ・マーケティングの役割について考察し，理解を深めることができたか。（問題集） d: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。 （問題集）	学習状況の観察 ノートやワークシートの記述 小テスト 単元テスト 定期テスト レポート 発表 相互評価・自己評価
	第2章　市場調査	１．市場調査の意味 ２．市場調査の手順 ３．実態調査の方法 　市場調査の意味や手順を学び，市場調査の実習を行うための課題を考察します。 情報収集・分析,報告書の作成をとお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。 特集　市場調査の実習 　調査したことをプレゼンテーションで発表し，相互評価を通して理解を深めます。	○ ○ ○	○ ○	○ ○	○ ○ ○	a: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。（観察法） b:市場調査について、適切な手順・方法を考え、表現できているか c: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・技術が習得てきているか。（観察法） d:市場調査の実習を行い，プレゼンテーションをとおして,情報をまとめ,伝える力が身についたか。(相互評価)	

※令和３年度以前入学生用

二学期	第３章　消費者行動 第４章販売計画	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。 　消費者行動に影響を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。 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，販売計画の立案及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: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。（観察法） b: 販売計画の必要性を十分に理解し、計画を表現できているか。 d: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併せて理解したか。（観察法） c: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。（観察法）	学習状況の観察 ノートやワークシートの記述 小テスト 単元テスト 定期テスト レポート 発表 相互評価・自己評価
	第５章　製品計画　第６章　仕入計画と商品管　第７章　販売価格	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。 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及び在庫管理の方法について学びます。 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。	○ ○ ○ ○	○		○ ○ ○ ○	d:製品経学の概要を理解させる。 a: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させる。（観察法） b:仕入方法の特徴や価格に与える影響を学び，最適な仕入れ計画を立案するための知識と技術を理解したか。（観察法） 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。（問題集） d: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付けているか。（問題集）	

※令和３年度以前入学生用

三学期	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習得します。	○	○			a:販売経路の具体的な方法について理解しているか。（観察法） b:販売経路の種類と効果的な使い方について理解しているか。（問題集）	学習状況の観察 ノートやワークシートの記述 小テスト 単元テスト 定期テスト レポート 発表 相互評価・自己評価
	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:販売促進の具体的な方法について理解しているか。（観察法） b:広告の種類と効果的な使い方について理解しているか。（問題集） c: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。（観察法） d:販売促進について、広告の有用性や工夫を理解しているか。具体的なサービスについて理解したか。	

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。