学校番号	3006

令和８年度　工業科（工業デザイン系）

教科	工業	科目	デザインマネジメント	単位数	２単位	年次	３年次
使用教科書	マーケティング（実教出版）						
副教材等							

1　担当者からのメッセージ（学習方法等）

・授業では、マーケティングに対して様々な事例をもとに、課題を通しながら自ら考え、周りと協働で思考を深めていく活動を行います。
・学習用のオリジナルプリントを用いて学習を進めます。ノートは使用しません。
・教科書を読みながら、様々な事例を紹介していきます。その後、自分でも教科書を確認してプリントを自分で解いていきましょう。理解できなかったところは、しっかりと復習してください。
・Google フォームを通して、さまざまな課題やアンケートを実施します。自分で考えしっかりと表現できる能力も評価のポイントです。
・授業中のプリント記入だけではなく、授業のポイントや自身で気がついたことや、クラスメートの意見や考え方など、参考になるところもプリント枠外に記入していきましょう。

2　学習の到達目標

企業活動において商品やサービスが自然と売れるような仕組みを構築することがマーケティングである。現代市場の理解を進め、市場を細分化して標的を設定し、自社商品の位置付けを行う STP と、それに適合するマーケティング活動の組み合わせとして４P 政策の内容を理解する能力を育成することをめざす。

【知識及び技術】

企業などの組織が行うさまざまな活動のなかで、STP や４P 政策に関するさまざまな手法や考え方を理解する。

【思考力、判断力、表現力等】

マーケティングに関する課題を発見するとともに，企業活動が社会に及ぼす影響を踏まえ，顧客についての理解，市場の動向，マーケティングに関する理論，データ，成功事例や改善を要する事例など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を身に付ける。

【学びに向かう力、人間性等】

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，製品政策，価格政策，チャネル政策，プロモーション政策の企画と実施などに取り組む。

3　評価の観点及びその趣旨

観点	a:知識・技術	b:思考・判断・表現	c:主体的に学習に取り組む態度
観点の趣旨	企業などの組織が行うさまざまな活動のなかで、顧客が真に求めている商品やサービスを作り出し、その情報を効率的に届け、顧客がその価値を効果的に得られるための、さまざまな手法や考え方を理解することができる。	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,企業活動が社会に及ぼす影響を踏まえ,顧客についての理解,市場の動向,マーケティングに関する理論,データ,成功事例や改善を要する事例など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,市場調査の実施と情報の分析,製品政策,価格政策,チャネル政策,プロモーション政策の企画と実施などに責任をもって取り組んでいる。
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。			

4　学習の活動

学期	単元名	学習内容	単元（題材）の評価規準	評価方法		
				知(a)	思(b)	主(c)
1学期	マーケティングの概要・消費者行動の理解	・マーケティングの歴史と発展 ・現代の市場とマーケティング ・マーケティング環境の分析 ・マーケティング・マネジメント ・消費者の心理と行動の関係 ・購買意思決定過程 ・消費者行動に影響を与える要因	a: 現代市場の特徴とその背景を理解することができる b: マーケティング計画の手順とマーケティング管理を考察することができる c: マーケティング管理についての事例について、調べることや表現ができる	定期考査 提出プリント	定期考査 Google フォーム	ワークシート Google フォーム

	市場調査・STP	・市場調査の概要 ・市場調査の手順 ・仮説検証の手順 ・実態調査の方法 ・セグメンテーション ・ターゲティング ・ポジショニング	a: マーケティングの内容を理解し、その広範な内容を整理することができる b: STP の特徴や性質について、考察することができる c: 身近にある STP についての事例について、調べることができる	定期考査 提出プリント	定期考査 Google フォーム	ワークシート Google フォーム
2学期	製品政策・価格政策	・製品政策の概要 ・新製品開発 ・販売計画と生産計画 ・製品政策の動向 ・価格政策の概要 ・価格の設定方法 ・価格政策の動向	a: マーケティング戦略の意味について理解し、その広範な内容を整理することができる b: マーケティング戦略の特徴や性質について、考察することができる c: マーケティング戦略についての事例について、調べることや表現ができる	定期考査 提出プリント	定期考査 Google フォーム	ワークシート Google フォーム
	チャネル政策・プロモーション政策	・チャネル政策の概要 ・チャネルの選択と管理 ・チャネル政策の動向 ・プロモーション政策の概要 ・プロモーションの種類	a: 市場調査の手順について理解し、その広範な内容を整理することができる b: 市場調査の手順について、具体的なイメージを通して考察することができる c: 市場調査の手順について、調べることや表現ができる	定期考査 提出プリント	定期考査 Google フォーム	ワークシート Google フォーム
3学期	プロモーション政策	・プロモーション政策の概要 ・プロモーションの種類	a: 広告の意義ついて理解し、その広範な内容を整理することができる b: 広告の意義について、具体的なイメージを通して考察することができる c: 広告の意義、調べることや表現ができる	定期考査 提出プリント	定期考査 Google フォーム	ワークシート Google フォーム

	マーケティングのひろがり	・さまざまなマーケティング戦略 ・サービス・マーケティング ・小売マーケティング ・観光地マーケティング ・グローバル・マーケティング ・ソーシャル・マーケティング	a: さまざまなマーケティング戦略について理解し、その広範な内容を整理することができる b: さまざまなマーケティング戦略について、具体的なイメージを通して考察することができる c: さまざまなマーケティング戦略について、調べることや表現ができる	定期考査 提出プリント	定期考査 Google フォーム	ワークシート Google フォーム

※　表中の観点について　a:知識・技術　b:思考・判断・表現　c:主体的に学習に取り組む態度