※令和４年度以降入学生用

| 学校番号 | 3022 |
|---|---|

# 令和８年度　商業科

| 教科 | 商業科 | 科目 | マーケティング | 単位数 | ３単位 | 年次 | ２年次 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 使用教科書 | 「マーケティング」（実教出版） | | | | | | |
| 副教材等 | 「マーケティング　準拠問題集」（実教出版） | | | | | | |

## 1　担当者からのメッセージ（学習方法等）

・マーケティングは、ビジネスにおいて欠かせないことから商業の応用となる内容である。
・マーケティングに関する用語等は教科書及び問題集を通じて学習を進める。
・授業の中で地元の企業と協働で学習を進めることがある。主体的に活動に臨むようにする。
・常にアンテナをはる意識を持ち、ニュースや新聞などを通じて自ら情報を得るようにする。
・自分の意見を発表したり、人の話を聞きまとめたり、ビジネスマナーなど実習に積極的に参加して、自ら考えること・表現すること・知識や技術を生かした実践力の重要性を理解しよう。

## 2　学習の到達目標

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。

## 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。 | 唯一絶対の答えがないことの多い経済社会にあって、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。

※令和４年度以降入学生用

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 | 第1章　マーケティングの概要<br>1. マーケティングの歴史と発展<br>2. 現代の市場とマーケティング<br>3. マーケティング環境の分析<br>4. マーケティング・マネジメント<br><br>第2章　消費者行動の理解<br>1. 消費者の心理と行動の関係<br>2. 購買意思決定過程<br>3. 消費者行動に影響を与える要因<br><br>第3章　市場調査<br>1. 市場調査の概要<br>2. 市場調査の手順<br>3. 仮説検証の手順<br>4. 実態調査の方法 | マーケティングを学ぶ意義を理解する。<br>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。<br>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。<br>マーケティングの意義や一連の流れを学ぶ。<br><br>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。<br>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。<br>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。<br>市場調査について理解し、関連する技術を学ぶ。<br><br>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。<br>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。 | a:マーケティングを学ぶ意義および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。<br>b: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。<br>c: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、マーケティングに主体的かつ協働的に取り組んでいる。<br><br>a: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。<br>b: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。<br>c: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。<br><br>a: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。<br>b: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。<br>c: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。 | 定期考査<br>問題集<br>プリント<br>小テスト | 定期考査<br>問題集<br>プリント<br>小テスト<br>ｸﾞﾙｰﾌﾟﾜｰｸ | 問題集<br>プリント<br>小テスト<br>ｸﾞﾙｰﾌﾟﾜｰｸ<br>授業態度 |

※令和４年度以降入学生用

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2学期 | 第4章　STP<br>1. セグメンテーション<br>2. ターゲティング<br>3. ポジショニング | STP分析を理解し、関連する技術を学ぶ。<br>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。<br>STP分析について自ら学び、主体的かつ協働的に取り組む。 | a: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。<br>b: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。<br>c: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。 | 定期考査<br>問題集<br>プリント<br>小テスト | 定期考査<br>問題集<br>プリント<br>小テスト<br>ｸﾞﾙｰﾌﾟﾜｰｸ | 問題集<br>プリント<br>小テスト<br>ｸﾞﾙｰﾌﾟﾜｰｸ<br>授業態度 |
| | 第5章　製品政策<br>1. 製品政策の概要<br>2. 新製品開発<br>3. 販売計画と生産計画<br>4. 製品政策の動向 | 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。<br>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。<br>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。 | a: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。<br>b: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。<br>c: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。 | | | |
| | 第6章　価格政策<br>1. 価格政策の概要<br>2. 価格の設定方法<br>3. 価格政策の動向 | 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。<br>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。<br>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。 | a: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。<br>b: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。<br>c: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<br>1. チャネル政策の概要<br>2. チャネルの選択と管理<br>3. チャネル政策の動向 | 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。<br>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。<br>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。 | a: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。<br>b: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。<br>c: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。 | | | |

※令和４年度以降入学生用

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 3学期 | 第8章　プロモーション政策<br>1. プロモーション政策の概要<br>2. プロモーションの種類<br>3. プロモーション政策の動向 | 企業における事例と関連付けて理解する。<br>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。<br>・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。 | a: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。<br>b: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。<br>c:・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。 | 定期考査<br>問題集<br>プリント<br>小テスト | 定期考査<br>問題集<br>プリント<br>小テスト<br>ｸﾞﾙｰﾌﾟﾜｰｸ | 問題集<br>プリント<br>小テスト<br>ｸﾞﾙｰﾌﾟﾜｰｸ<br>授業態度 |
| | 第9章　マーケティングのひろがり<br>1. さまざまなマーケティング戦略<br>2. サービス・マーケティング<br>3. 小売マーケティング<br>4. 観光地マーケティング<br>5. グローバル・マーケティング<br>6. ソーシャル・マーケティング | 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。<br>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。<br>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。 | a: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。<br>b: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。<br>c: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。 | | | |

※　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