

教科	商業	科目	マーケティング	年次	2～4	単位数	2
使用教科書 (副教材など)		マーケティング 新訂版 (実教出版)					

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します。 (1) マーケティングの実務に即して体系的・系統的に理解し、関連する技術を身に付けます。 (2) 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います。 (3) ビジネスを適切に展開する力の向上を目指し、自ら学び、主体的かつ協働的に取り組む態度を養います。	
評価の 観点	① 知識・技術	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。
	② 思考・判断・表現	経済社会において様々な問題を知識、技術などを活用し、課題を発見し、関連する理論、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ができる。
	③ 主体的に学習に取り組む態度	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。
評価の 方法	定期考査の点数を中心に「知識・技術」「思考・判断・表現」「主体的に学習に取り組む態度」の3つの観点で総合的に評価します。	

	単元	学習内容
前期	第1章 マーケティングの概要	・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理解します。 ・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。
	第2章 消費者行動の理解	・マーケティングの意義や一連の流れを把握し、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びます。 ・消費者行動について自ら学び、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します。
	第3章 市場調査	・市場調査について理解し、関連する技術を理解します。その後、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します。 ・市場調査について積極的に取り組み、実習に積極的に取り組みます。
	第4章 STP	・STP分析を理解し、関連する技術を理解し、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ます。 ・STP分析について主体的かつ協働的に取り組み、実習します。
後期	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します。それを踏まえて課題を発見し、科学的な根拠に基づいて、製品政策を立案します。 ・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みます。
	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し、課題を発見し、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・改善します。 ・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みます。
	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します。 ・課題を発見し、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・改善することによって、自ら学びを深めます。
	第8章 プロモーション政策	・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みます。 ・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、政策に関する課題を発見し、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・改善します。 ・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、価格政策に主体的かつ協働的に取り組みます。