

# マーケティング

教 科	商 業	単位数	3	学科・学年・コース	総合ビジネス科 2 年生 (総合コース)
使用教科書	「マーケティング」(実教出版)		副教材等	「マーケティング問題集」(実教出版) 他	

## ◇ 学習の到達目標 ◇

- ① 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意義を理解します。
- ② 体系的な知識と技術を習得し、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ます。

## ◇ 科目の特色 ◇

顧客が真に求める商品やサービスを製造・提供し、その商品や情報を届け、顧客がその商品を効果的に得られるようにする企業活動を学びます。また、全商商業経済検定にも取り組みます。

## ◇ 学習の計画 ◇

月	単 元 名	主 な 学 習 活 動
4   6	(1) 現代市場とマーケティング (2) 市場調査  (3) 消費者行動 (4) 販売計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現代市場が生まれた背景とその特徴について理解する。</li> <li>・ マーケティング活動における市場調査の必要性とその主たる内容を理解する。</li> <li>・ 消費者の購買行動について理解する。</li> <li>・ 販売計画を立案するにあたっては、常に消費者ニーズの把握が重要であることを認識する。 <b>【前期中間考査】</b></li> </ul>
7   9	(5) 製品計画  (6) 仕入計画と商品管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 製品計画の内容と手順について、具体的にある業種、業態を想定して理解する。</li> <li>・ 仕入計画と商品管理の手法を明確に理解する。 <b>【前期期末考査】</b></li> </ul>
10   12	(7) 販売価格 (8) 販売経路	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 販売価格の仕組みを理解する。</li> <li>・ 企業が行う様々な販売経路政策を学ぶ。 <b>【後期中間考査】</b></li> </ul>
1   3	(9) 販売促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費者の満足感を高める対応について理解する。</li> <li>・ 広告の制作実習を通して、販売促進の重要性を理解する。 <b>【後期期末考査】</b></li> </ul>

## ◇ 評価の観点・方法 ◇

評価は、次の四つの観点から行います。

関心・意欲・態度	市場環境の変化に対応したマーケティング活動に関心を持つとともに、「全商商業経済検定」を積極的に取得しようとする意志と姿勢がみられるか。
思考・判断・表現	市場調査や販売、仕入にかかわる一連の活動について、場面に応じた計画的、合理的な手順を考えることができるか。
技能	マーケティング活動を通して、販売員に必要な接客技術、包装技術などを身に付け、表現することができるか。
知識・理解	マーケティングが果たす役割や意義を理解し、販売促進の方法や顧客満足実現のための方策など基礎的な知識を身に付けているか。

このため、具体的には次のものを対象とします。

- |                 |               |        |
|-----------------|---------------|--------|
| ① 授業中における学習態度   | ② 課題等への取り組み状況 | ③ 出席状況 |
| ④ 問題集やノートなどの提出物 | ⑤ 定期考査        | ⑥ 検定試験 |
| ⑦ 授業プリント        |               |        |

また 1 年間の評定は、前期・後期の年間を通して、上記の内容を総合的に判断して決めます。

## ◇ 担当者からのメッセージ ◇

多様化するビジネス社会に柔軟に対応できるコミュニケーション能力やマーケティングをビジネスに活用できる能力を身に付けましょう。