

＜ 商 業 ＞ 科 学 習 シ ラ バ ス

科 目	マーケティング	学年・コース	3年生 ビジネス	単位数	2単位	教科書	マーケティング (東京法令出版)
学習の到達目標	1 マーケティングに関する知識と技術を得得する。 2 マーケティングの意義や役割について理解する。 3 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。						
評価の観点	A 関心・意欲・態度	B 思考・判断・表現	C 技能	D 知識・理解			
評価の内容	現代市場における企業マーケティングに広く関心を持ち、マーケティングに関する学習に主体的かつ意欲的に取り組むとともに、適切な態度で授業に参加できるか。	マーケティングに関する基礎的な知識や技術を、自らの経済生活との関連からの確に把握し、考察を深めながら、マーケティング活動について創造していく能力を身に付けているか。	現代市場におけるマーケティングに関する基礎的・基本的な技能を身に付け、科学的な手法を活用することができたか。販売員に欠かせない接客マナーや専門的スキルを身に付けることができたか。	現代市場におけるマーケティングに関する基礎的な事項について理解するとともに、経済社会において、マーケティングの意義や役割を理解しているか。			
評価の方法	<ul style="list-style-type: none"> 学習活動への参加姿勢や発言内容、態度 予習や復習、課題への取組状況 レポート提出 長期休業中課題 	<ul style="list-style-type: none"> 学習活動への参加姿勢や発言内容、態度 予習や復習、課題への取組状況 レポート提出 	<ul style="list-style-type: none"> 学習活動への参加姿勢や態度 演習や実習への取組状況 レポート提出 単元テスト 定期考査 	<ul style="list-style-type: none"> 学習活動への参加姿勢や態度 演習や実習への取組状況 レポート提出 単元テスト 定期考査 			
学期	月	単元名・小単元名	学 習 の 指 導 内 容	評 価 の 観 点			
				A	B	C	D
1 学 期	4	現代社会とマーケティング 課題実習	<ul style="list-style-type: none"> 現代市場におけるマーケティングの重要性について理解する。 現代市場における企業の社会的責任について理解する。 	○		○	
	5	マーケティングのプロセス 課題実習	<ul style="list-style-type: none"> マーケティングの一連の流れ、マーケティングミックスについて理解する。 マーケティング管理の必要性について理解させる。 		○		○
	6	市場調査 実習課題	<ul style="list-style-type: none"> マーケティングを学ぶうえで、必要な基礎的・基本的な知識と技能を得得をする。ビジネス基礎との関連を図る。 商品開発や電子商取引、検定試験と関連させる。 	○		○	
	7		<ul style="list-style-type: none"> 市場調査の対象・意義・手順・既存の資料による調査について理解する。 			○	○
2 学 期	8・9	消費者の購買行動 商品計画	<ul style="list-style-type: none"> 消費者市場における消費者の購買行動の特徴、消費者の行動に影響を与える要因、購買行動に関する顧客心理について理解する。 販売計画と販売予測、仕入計画と在庫管理のそれぞれの意義と必要性について理解する。 				○
	10	課題実習 価格政策	<ul style="list-style-type: none"> 企業や卸売業者・小売業者などのさまざまな価格の設定方法を学習する。 	○			○
	11	課題実習	<ul style="list-style-type: none"> マーケティングを学ぶうえで、必要な基礎的・基本的な知識と技能を得得をする。ビジネス基礎との関連を図る。 商品開発や電子商取引、検定試験と関連させる。 		○		○
	12	チャンネル 課題実習	<ul style="list-style-type: none"> チャンネルの意味と特徴について理解する。 		○		○
3 学 期	1	プロモーション 課題実習	<ul style="list-style-type: none"> プロモーションの意義や手段、広告の必要性や種類について理解する。 			○	○
	2	自宅学習					
	3						
学習のポイント	・授業のなかで、教科書の例題や演習課題を確実に仕上げる。自宅で復習をし、分からない内容は質問を受ける。						