

令和6年度 シラバス

()

学年	教科	科目	単位数	担当教員	展開	使用教科書	マーケティング（実教出版）	
2	商業	マーケティング	2	藤田 薫	必修・選択	副教材名		
科目の目標		商業の考え方・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、ビジネスを通じ、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ている。 (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身に付けている。 (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身に付けている。						
学習の内容と進め方		・マーケティングに関する基礎的、基本的な内容を教科書やワークシートを用いて学習をし、理解を深める。 ・探究学習や発表を行い、ビジネスに携わる者としての素養を身に付ける。						
学習の留意点		・CMやもの、経済に関心を持ち、その情報を収集する習慣をつける。 ・販売会等を通して、マーケティングの理解を深める。						
評価の観点	知識・技能	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ている。						
	思考・判断・表現	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身に付けている。						
	主体的に取り組む態度	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身に付けている。						
評価規準	知識・技能	A	Bを上回る状況を達成している。					
		B	マーケティングについて実務に即して体系的・系統的に理解し、関連する技術を身につけているか。					
		C	Bの状況に達成していない段階である。					
	思考・判断・表現	A	Bを上回る状況を達成している。					
		B	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身に付けている。					
		C	Bの状況に達成していない段階である。					
	主体的に取り組む態度	A	Bを上回る状況を達成している。					
		B	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身に付けている。					
		C	Bの状況に達成していない段階である。					
学期	月	予定時数	単元	具体的な学習内容	評価の観点			評価方法等
					知	思	主	
一学期	4	1	第1章 マーケティングの概要	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・マーケティングの環境の分析 ・マーケティング・マネジメント 	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシート ・自発的発問や回答 ・探究学習 ・単元テスト
		2						
		2						
		2						
	5	2	第2章 消費者行動の理解	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシート ・自発的発問や回答 ・単元テスト
		1						
		2						
		2						
	6	2	第3章 市場調査	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシート ・自発的発問や回答 ・単元テスト
		2						
		0						
		2						
7	1							
	1							
	1							
	1							
小計		24						
二学期	8	2	第4章 STP	<ul style="list-style-type: none"> ・セグメンテーション ・ターゲティング ・ポジショニング 	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシート ・自発的発問や回答 ・探究学習 ・単元テスト
		2						
		2						
		2						
	9	2	第5章 製品政策	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシート ・自発的発問や回答 ・単元テスト
		2						
		0						
		2						
	10	2	第6章 価格政策	<ul style="list-style-type: none"> ・価格政策の概要 ・価格の設定方法 ・価格政策の動向 	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシート ・自発的発問や回答 ・単元テスト
		2						
		2						
		2						
11	2	第7章 チャンネル政策	<ul style="list-style-type: none"> ・チャンネル政策の概要 ・チャンネルの選択と管理 ・チャンネル政策の動向 	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシート ・自発的発問や回答 ・単元テスト 	
	2							
	3							
	2							
12	2							
	2							
	2							
	0							
小計		34						
三学期	1	2	第8章 プロモーション政策	<ul style="list-style-type: none"> ・プロモーション政策の概要 ・プロモーションの種類 	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシート ・自発的発問や回答 ・単元テスト
		2						
		2						
	2	2	第9章 マーケティングのひろがり	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシート ・自発的発問や回答 ・探究学習 ・単元テスト
		1						
		2						
		1						
3	1							
	1							
小計		15						
合計		73						