

教科	商業	科目	マーケティング	単位数	小学科・学年	教科書
				2単位	情報会計科・3年選択 情報処理科・3年選択	マーケティング (実教出版)
副教材	マーケティング 問題集 実教出版					
学習目標	マーケティングに関する知識と技術を習得し、マーケティングの意義や役割について理解するとともに、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身に付ける。					

評価の規準・観点			
関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
マーケティングの意義や役割及び市場環境の変化に対応したマーケティングの在り方について理解し、効果的なマーケティングを行うための知識と技術を自ら積極的に学ぼうとする。	市場調査・商品計画、販売価格・販売促進等から顧客満足にいたるまでの計画的・合理的なマーケティング活動を理解する。	学習した内容との関連を図りながら、実践的、体験的な実習を通してマーケティングへの理解をふかめる。	現代市場の特徴、マーケティングの発展と内容、マーケティング管理の必要性について理解し、現代市場とマーケティングに関する基礎的な知識を習得する。
<ul style="list-style-type: none"> プリント、宿題等の提出状況 授業における態度、意欲 	<ul style="list-style-type: none"> 確認テスト 提出物、ノート 定期試験 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング実習等 	<ul style="list-style-type: none"> 確認テスト 提出物、ノート 定期試験
評価の方法	授業における意欲・態度、出欠状況、課題の提出、確認テスト、定期試験等を上記の4観点に基づいて総合的に評価する。		

学習の内容			
月		月	
4	第1章 現代市場とマーケティング 現代市場の特徴、マーケティングの発展と内容、マーケティング管理の必要性について学びます。	10	中間試験
5	第2章 市場調査 市場調査の意義や実施手順について学びます。	11	第8章 販売促進 商品計画と関連付けながら主な販売促進の方法を扱い、販売促進の果たす役割や重要性について理解します。
6	第3章 販売計画 第4章 製品計画 第5章 仕入計画と商品管理 流通業者と製造業者の立場からの商品計画について一連のマーケティング活動の中での位置付けや重要性について理解します。	12	第9章 顧客満足の実現 物流の効率化の方策や品質改善などの消費者対応活動及び品質保証、苦情への対応などのアフターサービスについて学習します。
7	期末試験	1	第10章 マーケティング実習 市場調査・製品開発・広告・販売などに関する実習を行います。
9	第6章 販売計画 第7章 販売経路 販売経路の設定と強化並びに生産者、卸売業者及び小売業者の販売価格政策の概要について理解します。	2	学年末試験
		3	

担当者からのメッセージ及び特色	
1 授業	週2時間の授業を休まず大切にしてください。ビジネスにおけるマーケティング活動を総合的に理解することを目標に授業を進めていきます。
2 家庭	新聞やニュースを通してビジネスに関する諸問題に常に関心をもてるといいですね。毎日、新聞や関連するテレビ番組を見るようにしましょう。
3 検定	商業経済検定2級の合格を目指しましょう。