

教科	商業	科目	マーケティング	単位数	小学科・学年	教科書
				3単位	国際ビジネス科・2年	マーケティング（実教出版）
副教材	マーケティング準拠問題集（実教出版）					
学習目標	商業の見方・考え方を駆使して、実践的・体験的な学習活動を行う。そしてそのことを通して、経済社会の健全で持続的な発展を担う職業人として必要な、基礎的資質・能力の育成を目指す。					

評価の規準・観点		
知識・技術	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
ビジネスを実務に即して体系的・系統的に理解し、実社会での様々な場面で役立つ基礎的知識と技術を身に付けているかを評価する。	ビジネスに関する知識を活用して、そこから学習課題を発見する。そして企業活動が社会に及ぼす影響を踏まえ、市場動向、ビジネス理論、成功事例等に基づき、より良く諸問題を解決する方法を考察したり、議論したりする力が定着したかを評価する。	マーケティング学習全般について、自ら積極的に、主体的に学ぼうとする態度や姿勢を評価する。また組織では他者との信頼関係の構築力が重要になるため、コミュニケーション能力の進捗具合についても評価する。
・定期試験、小テスト、単元テスト	・定期試験、小テスト、単元テスト グループワーク表、ディスカッション等	・予習課題、授業中の取り組み、発表 ・定期試験、テストなどの振り返り等
評価の方法	授業における態度、意欲、出欠状況、発表会の取組、課題の提出、小テスト、定期試験等を上記の3観点に基づいて総合的に評価する。	

学習の内容（特色を含む）			
月		月	
4	第1章 マーケティングの概要 1. マーケティングの歴史と発展 2. 現代の市場とマーケティング 3. マーケティング環境の分析 4. マーケティング・マネジメント	10	第6章 価格政策 1. 価格政策の概要 2. 価格の設定方法 3. 価格政策の動向 <div style="text-align: right;">中間考査</div>
5	第2章 消費者行動の理解 1. 消費者の心理と行動の関係 2. 購買意思決定過程 3. 消費者行動に影響を与える要因 <div style="text-align: right;">中間試験</div>	11	第7章 チャネル政策 1. チャネル政策の概要 2. チャネルの選択と管理 3. チャネル政策の動向 <div style="text-align: right;">期末試験</div>
6	第3章 市場調査 1. 市場調査の概要 2. 市場調査の手順 3. 仮説検証の手順 ケースメソッド <div style="text-align: right;">期末試験</div>	12	ケースメソッド 第8章 プロモーション政策 1. プロモーション政策の概要 2. プロモーションの種類 3. プロモーション政策の動向
7	第4章 STP 1. セグメンテーション 2. ターゲティング 3. ポジショニング	1	第9章 マーケティングのひろがり 1. さまざまなマーケティング戦略 2. サービス・マネジメント 3. 小売マーケティング
9	第5章 製品政策 1. 製品政策の概要 2. 新製品開発 3. 販売計画と生産計画 4. 製品政策の動向	2	ケースメソッド グループワーク <div style="text-align: right;">学年末考査</div>
		3	1年間の学習のまとめ

担当者からのメッセージ及び特色
<p>1 授業では 商業学科で学ぶ商業諸科目のガイダンスから始まり、高校卒業後の進路と結びつけて学ぶことの大切さに気づいてもらう役割を担った科目です。経済の基礎的・基本的な仕組みを学習し、ビジネスの各分野に就いて仕事をするうえで必要な、基本的な知識や技能を習得できるようにします。地域企業や社会問題にも学習対象を広げ、具体的に考えてもらいます。専門的な商業学習に興味を持ち、意欲的に取り組んでもらう願いを込めて授業を行います。ケースメソッドを取り入れた主体的な学習に取り組みます。</p> <p>2 家庭では 経済やビジネス関連の学習対象は日常生活に密着しています。普段から新聞やニュースを見て、まとめや感想を書くことで自らの成長を味わうことができます。</p> <p>3 その他 全国商業高等学校協会主催ビジネス経済検定試験2級に挑戦します。</p>