

令和 5 年度 商業 科 シラバス

科目	マーケティング	単位数	3	履修学年・クラス（講座）	2年商業科
使用教科書	マーケティング				
補助教材等	マーケティング準拠問題集、商業経済検定模擬試験問題集1・2級マーケティング				

### 1 学習の到達目標

マーケティングに関する知識と技術を習得させ、マーケティングの意義や役割について理解させるとともに、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育てる。

### 2 学習方法等（授業担当者からのメッセージ）

- ・意欲的、積極的に授業に取り組み企業活動を自分が行うのであればどうするのかを考えながら学習しましょう。
- ・インターンシップ（就業体験）は、授業の一環として行われます。貴重な体験を通して多くのことを吸収し自ら主体的に取り組みましょう。

### 3 学習評価

評価の観点	知識・技能	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
科目ごとの評価の観点の趣旨	企業における事例など実際のマーケティングと関連付けられ、ビジネスの様々な場面で役に立つマーケティングに関する知識と技術を身に付けている。	マーケティングをはじめとした様々な知識、技術などを活用し、マーケティングに関する課題を発見するとともに、企業活動が社会に及ぼす影響を踏まえ、科学的な根拠に基づいて工夫してよりよく解決することについて考えている。	ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自らマーケティングについて学ぶ態度及び組織の一員として自己の役割を認識して当事者としての意識をもち、他者と信頼関係を構築して積極的に関わり、市場調査の実施と情報の分析、製品政策、価格政策、チャンネル政策、プロモーション政策の企画と実施などに責任をもって取り組んでいる。
主な評価方法	・定期テスト	・定期テスト ・グループワーク ・ワークシート	・授業態度 ・提出物

#### 4 学習及び評価計画

※評価の観点：(a) 知識・技能、(b) 思考・判断・表現、(c) 主体的に学習に取り組む態度

月	単元	時数	学習内容	評価規準
4	第1章 マーケティングの概要	10	マーケティングの概要について学ぶ。	マーケティングの概要について理解している。(a)マーケティングの意義と課題について、現代市場の特徴と関連付けて見いだしている。(b)
5	第2章 消費者行動の理解	10	消費者の行動について学ぶ。	消費者行動について理解している。(a)購買意思決定までの過程について、消費者の心理と消費者行動に影響を与える要因を関連付けて見いだすことができる。(b)
6	第3章 市場調査	14	市場調査の意義と手順を学ぶ。	市場調査について企業における事例と関連付けて理解するとともに、関連する技術を身に付けている。(a)
7	第4章 STP	7	市場を細分化し、対象となる消費者を選択し、製品やサービスのイメージを整理していくSTPについて学ぶ。	STP分析について企業における事例と関連付けて理解するとともに、関連する技術を身に付けている。(a)STP分析に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて対応策を考えている。(b)
8				
9	第5章 製品政策	10	4P政策の一つである製品政策について学ぶ。	製品政策について事例と関連付けて理解している。(a)製品政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、製品政策を立案して実施し、評価・改善している。(b)
10	第6章 価格政策	12	4P政策の一つである価格政策について学ぶ。	価格政策について事例と関連付けて理解している。(a)価格政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、価格政策を立案して実施し、評価・改善している。(b)
11	第7章 チャネル政策	10	4P政策の一つであるチャネル政策について学ぶ。	チャネル政策について事例と関連付けて理解している。(a)チャネル政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、チャネル政策を立案して実施し、評価・改善している。(b)
12	第8章 プロモーション政策	12	4P政策の一つであるプロモーション政策について学ぶ。	プロモーション政策について事例と関連付けて理解している。(a)プロモーション政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、プロモーション政策を立案して実施し、評価・改善している。(b)
1		12		
2	第9章 マーケティングのひろがり	8	学んできた考え方を深めたり、様々な分野に応用したりするマーケティングのひろがりについて学ぶ。	マーケティングのひろがりについて事例と関連付けて理解している。(a)マーケティングのひろがりに関する課題を発見し、それを踏まえ、対応策を考えている。(b)