

令和3年度 シラバス

教科	商業	科目	マーケティング	学年	第2学年	学科 類型	商業科 情報ビジネス科
単位数	2単位	教科書	マーケティング新訂版(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育てます。
------	--

キャリア教育の視点	マーケティング活動を計画的、合理的に行うことを目指して思考を深め、基礎的・基本的な知識と技術を基に、ビジネスの諸活動に携わる者として適切に判断し、表現する創造的な能力を身に付けることができます。
-----------	---

		学習計画及び内容		考 査
1 学 期	4月	1 現代市場とマーケティング	現代市場の特徴的な要素を具体的に学びます。	期末考査
	5月	2 市場調査	市場調査はマーケティングの出発点でありその調査方法を学びます。 買い物をするときの心理状態や行動パターンを学びます。	
	6月			
	7月			
2 学 期	8月	4 販売計画		販売計画の立案・実施・統制の流れを学びます。
	9月	5 製品計画	損益分岐点の重要性を学びます。	
	10月		企業の利益の実現と社会の長期的発展の基礎になることを学びます。	
	11月		6 仕入計画と商品管理	仕入計画の立案・実施・統制の流れについて学びます。
12月		在庫をしっかりと把握することで、仕入れと販売の調整が行われていることを学びます。		
3 学 期	1月	7 販売価格	価格の設定方法とその戦略(使い方)を学びます。	学年末考査
	2月	8 販売経路	ライフスタイルやニーズの多様化に対応する方法を学びます。	
	3月	9 販売促進	コミュニケーション活動の一部であることを学びます。	

学習の方法	学習についての概要を説明し、目標を十分に理解させ、学習に対する意識付けを行います。また、單元ごとの小テストを行い、学習の定着度を確認しながら授業を進めていきます。 全国商業高等学校協会主催 商業経済検定1級取得を目指します。
-------	---

評価の仕方	定期考査の成績と平常点で評価します。平常点は、検定の取得状況、小テスト、授業態度、課題や提出物などを総合的に評価します。
-------	--

備考	
----	--